

ENOTURISMO : FATOR DE DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO DO DÃO

Turismo e Desenvolvimento de Negócios

Mestrado

Orientadores: Professor Doutor Eugénio dos Santos

Marine Alves de Almeida Lopes

Agradecimentos

Neste espaço pretendo agradecer a todas as pessoas que ao longo do meu Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Negócios me ajudaram, direta ou indiretamente, a cumprir os meus objetivos e a realizar mais esta etapa da minha formação académica. Desta forma, deixo apenas algumas palavras, mas um sentido e profundo sentimento de reconhecido agradecimento.

Ao coordenador de Mestrado Professor Doutor Luís Ferreira, pela oportunidade que me deu em escolher um tema que me era importante e pela contribuição ao enriquecimento da minha formação académica e científica.

Ao meu orientador Professor Doutor Eugénio dos Santos pelo aconselhamento e contribuição ao melhoramento deste projeto.

À Professora Lúcia Aguiar, expresso o meu profundo agradecimento pela orientação e apoio ao longo deste período e sobretudo pela dedicação aos alunos.

À Equipa da Comissão Vitivinícola do Dão, pela atenção e dispor que sempre demonstraram, bem como às adegas pela informação que disponibilizaram.

A realização deste projeto não teria sido possível sem o apoio dos meus amigos e colegas, por isso agradeço particularmente à Fátima que sempre me incentivou até nos momentos de maior aflição e um especial obrigada à Diana pela sua dedicação e apoio neste projeto.

Ao meu marido um especial agradecimento pelo apoio, pelas palavras de incentivo, pela confiança e força transmitida em todos os momentos.

À minha tia Luísa pela sua paciência e dedicação.

Aos meus Pais, ao meu Irmão e Tios um enorme obrigada por acreditarem sempre em mim e naquilo que faço e por todos os ensinamentos de vida. Espero que esta etapa,

que agora termina, possa, de alguma forma, retribuir e compensar todo o carinho, apoio e dedicação que, constantemente, me oferecem. A eles, dedico todo este trabalho.

Resumo

O presente projeto denominado: “Enoturismo: Fator de Desenvolvimento da Região do Dão?” realizou-se no âmbito do mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Negócios. O tema base desta investigação é o enoturismo enquanto elemento suscetível de dinamizar a Região Demarcada do Dão.

O setor do turismo em Portugal é responsável pela geração de importantes receitas e pela criação de um número considerável de postos de trabalho. No entanto, existem regiões do país onde a dependência no setor é mais evidente. O setor do turismo assume-se, deste modo, como um fator impulsionador do desenvolvimento socioeconómico.

A pesquisa incidiu no desenvolvimento do Enoturismo na Região do Dão. Analisou-se igualmente o desenvolvimento do Enoturismo em termos europeus, tendo em conta a sua manifestação mais expressiva: as Rotas do Vinho.

O enoturismo, enquanto produto turístico, não deve restringir-se à existência de unidades vitivinícolas com capacidade para receber visitas. Efetivamente, o produto enoturismo será tanto mais rentável, quanto melhor se valorizar, proteger e promover os recursos da região vitivinícola, integrados num “*mix*” de serviços e equipamentos. A organização e qualificação da oferta existente faculta a possibilidade de captar, em cada local, um maior número de clientes, aproveitando a dinâmica do setor do turismo enquanto setor que origina um fluxo de visitantes no território, podendo adquirir os produtos junto dos produtores, aumentando assim o impacto direto e o volume de negócios de cada agente económico.

Palavras-chave: Vitivinicultura, Enoturistas, Enoturismo, desenvolvimento local.

Abstract

This project called: "Wine tourism factor of development of the Dão region" was held under the master's degree in Tourism and Business Development. The basic theme of this research is the wine tourism as susceptible element to boost the demarcated region of Dão.

The tourism sector in Portugal is responsible for generating significant revenue and the creation of a considerable number of jobs. However, there are regions of the country where dependence is most evident in the sector. The tourism sector is assumed, therefore, as a factor of socio-economic development lever.

The research focused on the development of wine tourism in the Dão region. Also analyzed the development of wine tourism in European terms, taking into account its most significant manifestation: the Wine Routes.

The wine tourism as a tourism product, should not be limited to the existence of wine units with capacity to receive visitors. Indeed, the wine tourism product will be much more profitable, the better to appreciate, protect and promote the resources of the wine region, an integrated mix of services and equipment. The organization and categorization of the supply, provides the ability to capture, at each location, a larger number of customers, taking advantage of the dynamics of the tourism sector which originates as a flow of visitors to the area sector, and you can purchase products directly from producers together thus increasing the direct impact and the turnover of each economic agent.

Key Words: Viticulture, Wine tourists, Wine Tourism and local development.

Índice

Agradecimentos	i
Resumo	iii
Abstract.....	iv
Índice de Figuras	vii
Índice de Tabelas	viii
Lista de Siglas.....	ix
Capítulo I – Introdução, Motivações, Objetivos, Metodologia e Estrutura do projeto. ...	1
1.1 Introdução	1
1.2 Motivações, Objetivos e Justificação da Pesquisa.....	2
1.2.1 Motivações e Justificação da Pesquisa	2
1.2.2 Objetivos.....	2
1.3 Metodologia	4
1.4 Estrutura do Projeto	6
Capítulo II – Revisão de Literatura	7
2.1 O Enoturismo	8
2.1.1 Definição	8
2.1.2 As vantagens para os profissionais dos vinhos.....	9
2.1.3 Enoturismo e Turismo de Educação.....	11
2.2 O Enoturista	13
2.2.1 Perfil do Enoturista.....	14
2.2.2 Motivações dos Enoturistas	17
2.3 Destinos de Enoturismo	19
2.3.1 Os requisitos para um destino de Enoturismo	19
2.3.2 Os principais destinos de Enoturismo no mundo	21
Capítulo III – Região do Dão – Caso de Estudo	22
3.1 A história da vitivinicultura	22
3.1.1 A vitivinicultura na região do Dão.	25
3.2 A região demarcada do Dão.....	26
3.2.1 Caracterização da região.....	26
3.2.2 As castas utilizadas na região do Dão	28
3.2.3 O clima da região do Dão	34
3.2.4 Geologia e solos	35

3.2.5	Condução da vinha	36
3.3	As adegas e quintas da região do Dão : potencial de criação de um destino de enoturismo	38
	Capítulo IV – Benchmarking	45
4.1	Estudo de casos	45
4.1.1	Bordéus	47
4.1.2	Toscana	55
4.1.3	Rioja	61
4.2	Estudo comparativo	66
	Capítulo V – Proposta de desenvolvimento de Enoturismo para a Região do Dão....	69
5.1	Proposta de desenvolvimento	69
5.1.1	Estrutura da proposta.....	69
5.2	Análise dos objetivos	70
5.3	Revisão da literatura	70
5.4	Estudos de caso	71
5.5	Pontos Fortes e Oportunidades da região do Dão para o Enoturismo.	72
5.5.1	Pontos Fortes	72
5.5.2	Oportunidades	74
5.6	Planos de ações	75
	Capítulo VI – Limitações ao estudo, propostas para investigações futuras e conclusão.	79
6.1	Limitações ao estudo	79
6.2	Propostas para investigações futuras	79
6.3	Conclusão.....	80
	Bibliografia.....	82
	Anexos.....	84
	Anexo A.....	84
	Anexo B.....	86
	Anexo C.....	91

Índice de Figuras

Figura 1: Estrutura do projeto.....	6
Figura 2: Casta Touriga-Nacional	30
Figura 3: Casta Alfrocheiro	30
Figura 4: Casta Tinta Roriz	31
Figura 5: Casta Jaen.....	31
Figura 6: Casta Tinta Pinheira	31
Figura 7: Casta Encruzado.....	32
Figura 8: Casta Malvasia Fina	32
Figura 9 : Casta Bical	33
Figura 10: Casta Cercial	33
Figura 11 : Mapa da rota dos Vinhos do Dão.....	40
Figura 12: Mapa da região Vitivinícola de Bordéus	51
Figura 13 : Mapa da região vitivinícola de Bordéus com os tipos de vinhos produzidos	52
Figura 14: Mapa das zonas de produção do Chianti.....	60
Figura 15: Mapa da região vitícola da Toscana.....	61
Figura 16 : Mapa da região de origem qualificada Rioja	66
Figura 17 : Estrutura da proposta	69

Índice de Tabelas

Tabela 1: Descrição das castas utilizadas na região do Dão.....	30
Tabela 2: Produção Vinícola por Região.....	34
Tabela 3 : Caracterização das Quintas pertencendo a Rota dos Vinhos do Dão	41
Tabela 4 : Caracterização das adegas cooperativas pertencendo a rota dos vinhos do Dão	43
Tabela 5 : Caracterização das Quintas que têm interesse no desenvolvimento da Rota do vinho Dão	44
Tabela 6 : Características da oferta enoturística das adegas.....	53
Tabela 7 : Caracterização da oferta enoturística das adegas	59
Tabela 8: Caracterização da oferta enoturística das adegas.	65
Tabela 9 : Comparação da oferta enoturística das regiões vitivinícolas.....	67

Lista de Siglas

BIVB – Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne

BTSA – Brevet de Technicien Supérieur Agricole

CVRD – Comissão Vitivinícola Regional do Dão

DOC – Denominação de Origem Controlada

DOCG – Denominação de Origem Controlada e Garantida

DOP – Denominação de origem Protegida

IDI – Investigação, Desenvolvimento e Inovação

INE – Instituto Nacional de Estatística

IVV – Instituto da Vinha e do Vinho

TIES – The Internacional Ecotourism Society

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

VIP – Very Important Person

VQPRD – Vinho de Qualidade Produzido em Região Determinada

Capítulo I – Introdução, Motivações, Objetivos, Metodologia e Estrutura do projeto.

1.1 Introdução

O enoturismo, ou turismo associado aos vinhos, encontra-se numa fase de grande expansão. A notoriedade dos vinhos portugueses, tal como a sua variedade, explica-se em grande parte pela diversidade de recursos que caracteriza a região do Dão: as paisagens vitícolas são a tradução estética e característica que faz parte do património turístico do país. Constatou-se ainda que quer o vinho, quer a gastronomia, sempre constituíram uma forte motivação na visita de um destino turístico.

Segundo um estudo feito pelo INE, um dos principais fatores de atração turística da região de Viseu, é o vinho e a gastronomia. O setor do turismo assume uma posição de destaque na estratégia de desenvolvimento da sub-região, tendo como suporte a valorização dos recursos territoriais específicos com maior potencial de atração turística. Os elementos culturais e paisagísticos, os produtos artesanais, a gastronomia e os recursos termais, entre outros, contribuem diretamente para o desenvolvimento da economia local, constituindo-se ainda como fatores de identidade territorial. Em Portugal, um visitante sobre três, aponta espontaneamente o vinho e a gastronomia como motivação para a escolha de um destino. O turismo do vinho raramente é uma atividade isolada. É exercida normalmente em conjunto com o turismo rural, ecoturismo e por vezes também com o turismo de aventura.

O vinho corresponde a uma cultura milenar que integra várias dimensões do património: património paisagístico, monumental, histórico e gastronómico.

1.2 Motivações, Objetivos e Justificação da Pesquisa

1.2.1 Motivações e Justificação da Pesquisa

A minha ligação a enologia começou desde criança já que o meu pai é enólogo na região de Jurançon (França). Isso levou-me a frequentar o curso de BTSA (Brevet de Technicien Supérieur Agricole) Technico-commercial Boissons, Vins et Spiritueux na escola vitícola de Montagne Saint-Emilion em Bordéus (França). Obtive também uma licenciatura em Management Reactions Clients durante a qual tive a oportunidade de estagiar 4 meses na União das Adegas Cooperativas da região do Dão, seguindo-se mais 2 meses na Adega Cooperativa de Silgueiros (Viseu).

Atualmente a viver no Sátão (distrito de Viseu) e a trabalhar na cidade numa empresa ligada aos vinhos, tinha necessariamente que escolher um projeto onde me viria a sentir realizada.

Conhecendo minimamente a região do Dão, entendeu-se que se poderia com este projeto mostrar a importância do enoturismo dando um contributo para o desenvolvimento desta antiga região, mas simultaneamente rica em património cultural e natural.

1.2.2 Objetivos

O objetivo geral deste projeto consiste em chamar a atenção para a importância do enoturismo e da atividade vitivinícola para a região do Dão, capaz de dinamizar a mesma através de uma oferta turística inovadora, que a projete a nível nacional e internacional. Ainda neste contexto, face à abrangência territorial e à riqueza patrimonial que se pretende associar a este projeto, temos como objetivo final do mesmo o

desenvolvimento da atividade enoturística fazendo uma proposta de desenvolvimento do enoturismo na região do Dão.

Assim, será necessário trabalhar um conjunto de objetivos específicos:

1. O primeiro objetivo específico passa pelo desenvolvimento da atividade vitivinícola na região, onde observaremos de muito perto sobretudo nas Adegas Cooperativas e Quintas Vinícolas. Dai apresentaremos as castas utilizadas na região do Dão, a caracterização do clima da mesma, a geologia e solos onde estão plantadas as vinhas e a condução destas últimas.

2. O desenvolvimento do enoturismo da região do Dão, onde se apresentarão os principais atrativos turísticos dos quais dispõem as Adegas e as Quintas Vinícolas.

3. Posteriormente e como terceiro objetivo específico, pretende-se dar um contributo na reformulação da Rota dos Vinhos do Dão para que ela tenha uma fruição turística mais atrativa incluindo-se o património material e imaterial da região que ela atravessa.

4. Paralelamente, pretende-se proporcionar o desenvolvimento do turismo no meio rural, com uma oferta viável, que vise a intervenção e revitalização local e regional, através da criação de infraestruturas indispensáveis á indústria turística, bem como o fomento e a conservação das tradições de cada local.

Este conjunto de objetivos que sustentam o desenvolvimento do projeto deverão contribuir para alcançar o desenvolvimento do enoturismo na região do Dão.

1.3 Metodologia

Segundo Pizam (1994), a investigação em turismo destina-se a fornecer informações que possam ajudar os gestores a tomarem decisões, seguindo um caráter de objetividade, reprodutibilidade e sistematização.

Após a identificação e formulação do problema, esta investigação assentou sobretudo em quatro momentos.

Um primeiro correspondente à pesquisa bibliográfica, feita de forma a conhecer melhor a problemática. Um segundo momento que diz respeito à identificação e análise de estudos de caso, para encontrar elos de ligação entre os produtos. Depois, num terceiro momento, a identificação e estudo de modelos já existentes para sustentar o que ia sendo estudado e afirmado na bibliografia analisada. Por fim, um quarto momento, que resulta na construção da proposta de desenvolvimento de enoturismo para a Região do Dão.

No processo relativo aos tipos de pesquisa utilizados neste projeto, foram utilizados dois modos de proceder: a pesquisa bibliográfica (pesquisa exploratória) e a análise de modelos existentes e estudos de caso (pesquisa descritiva).

A pesquisa exploratória (ou pesquisa bibliográfica) serve para o investigador se familiarizar com o objeto de estudo, permitindo assim tomar conhecimento das ideias e estudos já existentes sobre o tema, buscando sempre autores mais reputados.

Formulação do problema

Portanto, a partir da pesquisa exploratória realizada no início desta investigação, poderemos formular algumas hipóteses que se pretendem testar em relação à nossa pergunta chave: “Enoturismo Fator de Desenvolvimento da Região do Dão?”

- Quanto maior for o conhecimento sobre vinhos, maior o interesse por atividades ligadas à sua produção e menor atenção por outras atividades turísticas complementares.
- As atividades vitivinícolas são um dos fatores de atração no concelho de Viseu.
- Os eventos a volta do vinho poderão contribuir para um maior número de entradas turísticas na região e, por conseguinte, como potenciador de desenvolvimento regional.

Dentro deste contexto será necessário ter em atenção as necessidades do mercado a serem satisfeitas, tornando-se fundamental que se perceba os diferentes tipos de enoturistas que pode receber a região. Estes muitas vezes procuram provas de vinhos ou atividades relacionadas com esse produto. Esses fatores podem variar em termos de necessidades de um turista para o outro.

Análise de estudos de casos (Pesquisa descritiva)

Numa primeira fase, procede-se a caracterização da região do Dão a nível geográfico e climático. Depois um levantamento exaustivo de adegas e quintas de modo a perceber-se os recursos e atividades ligadas ao enoturismo.

Num segundo momento, estudar-se-á o que se pratica em outros países em termos de produtos e serviços enoturísticos, em geral.

Construção da proposta de desenvolvimento de enoturismo para a região do Dão

Após toda a análise, depois de relacionar os modelos existentes e associá-los com todos os elementos analisados no decorrer de toda a pesquisa efetuada, será proposto um modelo de desenvolvimento de enoturismo para a Região viseense.

Proceder-se-á ao levantamento dos pontos fortes e oportunidades da atividade na região.

1.4 Estrutura do Projeto

Este trabalho está dividido em 6 capítulos como é possível observar no esquema seguinte.

Figura 1: Estrutura do projeto



Fonte : O autor

Um primeiro Capítulo onde é feita uma introdução ao tema em estudo e analisada a metodologia seguida durante toda a investigação. Neste capítulo também são expressas as motivações que me levaram a estudar este tema e os objetivos a alcançar com este estudo.

Num segundo Capítulo é dado início ao estudo do setor do enoturismo, das suas mais recentes tendências, bem como os principais requisitos para um bom destino. Inicia-se com a definição e continuamos com uma análise às vantagens apontadas para os profissionais dos vinhos. Também é estudado o enoturista com o seu perfil e motivações.

No terceiro Capítulo é feito um estudo de caso sobre a Região do Dão, tendo como principal objetivo a caracterização da sua oferta enoturística.

No quarto Capítulo é possível encontrar a análise de 3 modelos existentes e respetivos estudos de caso, que no presente projeto contribuirão para comparação com a Região do Dão.

Relativamente ao quinto Capítulo, é feita a junção de todas as variáveis estudadas, na revisão da literatura e na análise aos modelos existentes apresentados, para que daí possa resultar uma proposta de desenvolvimento do enoturismo na Região do Dão.

O sexto e último Capítulo é constituído pelas conclusões que foram permitidas tirar desta investigação bem como as recomendações que possam ser feitas acerca do projeto.

Capítulo II – Revisão de Literatura

O enoturismo ou turismo associado aos vinhos encontra-se numa fase de grande expansão. A notoriedade dos vinhos portugueses tal como a sua diversidade explica-se em grande parte pela variedade do local: as paisagens vitícolas são a tradução estética e característica que faz parte do património turístico do país. Depois sabemos que o vinho e a gastronomia sempre constituíram uma forte motivação na visita de um destino.

Segundo um estudo feito pelo INE, um dos principais fatores de atração turística da região de Viseu é o vinho e a gastronomia.

2.1 O Enoturismo

2.1.1 Definição

«Enoturismo é composto por deslocações realizadas pela motivação de visitar e conhecer adegas, caves e regiões vitivinícolas, considerado como uma ferramenta de marketing e um meio para promover o desenvolvimento do destino, representando uma oportunidade para realizar vendas à porta e proceder a iniciativas de marketing direto para as unidades do sector vitivinícola» (Getz, 2000 : 3)

A Dão Sul, sociedade vitivinícola da região do Dão, onde está situada a cidade de Viseu, define o enoturismo como:

a deslocação de pessoas, que têm interesse na cultura vínica, realizando experiências vnicas, tornando-se assim, uma importante ferramenta de Marketing, para a construção de uma imagem positiva dos vinhos da região. Assim no enoturismo poderemos encontrar atividades como: provas de vinhos, visita a produtores, combinação de gastronomia e vinhos, desfrutar da paisagem, a experiência paralela de atividades culturais, naturais e sociais associadas às regiões vitivinícolas. (Carvalho, 2007: 23)

O enoturismo é uma área de grande crescimento dentro do turismo, mesmo sendo um sector relativamente jovem, tem grandes possibilidades de crescimento, que permitirá segundo Hall e Macionis (2000), a longo e médio prazo, ter sustentabilidade e rentabilidade. As razões da expansão dessa área é o crescimento global do interesse pelo vinho, as estratégias regionais para organizar e promover o enoturismo, a abertura dos produtores de vinhos a visitantes e o desenvolvimento de estruturas nas regiões vitícolas:

hotéis, restaurantes, festas, eventos e serviços de animação. A gastronomia também tem tido tendência a ser caracterizada como elemento de convivialidade.

Assim podemos dizer que o enoturismo é um importante produto turístico, que permite realçar as potencialidades de algumas regiões vitivinícolas e salientar a oferta turística e patrimonial da região. Embora não haja muitos estudos sobre a região do Dão, há muitos estudos e investigações sobre enoturismo. Além disso Portugal é um país rico em regiões vitivinícolas e com fortes tradições de consumo de vinho. O turismo de Portugal comprova essa afirmação com um estudo onde apresentam o enoturismo como um dos 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal (Turismo de Portugal, 2006).

2.1.2 As vantagens para os profissionais dos vinhos

É interessante analisarmos a produção de vinho no mundo, para salientar a importância que o turismo do vinho está a ter em Portugal. De facto, segundo um estudo da organização internacional da vinha e do vinho (2013), a Europa é o maior produtor de vinho do mundo no top 10 dos maiores produtores de vinhos em 2012. Encontramos a França em primeiro lugar com 45 milhões de hectolitros, a Itália em segundo lugar com 42,6 milhões de hectolitros e depois encontramos em décimo lugar Portugal com 5,9 milhões de hectolitros. O enoturismo pode ser então um elemento de turismo muito benéfico para aumentar as exportações de vinhos do país. O turismo do vinho pode também favorecer a educação dos consumidores (ensinar-lhes a reconhecer algumas características dos vinhos...) e fidelizá-los, o que contribuirá para uma boa imagem das regiões e das adegas.

Isso permite-nos perceber que o desenvolvimento do turismo do vinho resulta de um aumento do interesse sobre o vinho, manifestado no florescimento de quintas

particulares, na atenção dos *media* e na curiosidade do consumidor em conhecer a origem e o produtor, assim como a possibilidade de adquirir raridades a preços acessíveis. Não menos importante, é o facto das regiões vitivinícolas serem lugares aprazíveis: as vinhas compõem paisagens esteticamente agradáveis e o clima característico destas regiões é, também, durante a maior parte do ano, bastante ameno. Para além disso, há que acrescentar a necessidade de comunhão com a natureza por parte da sociedade urbana.

É necessário também perceber as vantagens que tem o enoturismo para os profissionais do vinho. Efetivamente, não só é importante pelas vendas que proporciona, como também por constituir um apoio à sensibilização dos consumidores para o produto vinho. Como dissemos anteriormente, o vinho é comercializado internacionalmente, portanto o enoturismo também permite a promoção de uma marca. Tem capacidade de desempenhar um papel significativo no desenvolvimento regional, sobretudo nas zonas rurais, através da sua contribuição económica, social e ambiental. O benefício do enoturismo para os produtores, associações de viticultores e todos os profissionais do vinho, é o aumento das margens de vendas, com a eliminação gradual da intermediação existente no meio, através de uma venda cada vez mais direta (Carvalho, 2007). É de notar que geralmente apenas um em cada dez clientes não compra nada à adega.

Esta forma de turismo trás vantagens porque permite divulgar novos produtos, diversificar a gama de produtos e leva a novas oportunidades de negócio. O turismo do vinho também permite aos profissionais testar os seus produtos, de forma a avaliar o feedback dos visitantes e perceber se corresponde as expectativas dos consumidores. Permite também educar o consumidor através destas atividades de marketing sensorial. Por fim essas atividades cada vez mais desenvolvidas nas regiões vitivinícolas permitem uma sazonalidade equilibrada. Pois o enoturismo pode ser feito a qualquer altura do ano. Não é muito condicionado pela meteorologia, porque as atividades tanto podem ser

desenvolvidas no interior como no exterior (Barroco Novais & Antunes). Nota-se portanto que o enoturismo pode trazer vantagens para muitas adegas e caves, em especial às de pequena dimensão. No entanto para outras, poderá ser um negócio secundário, um mero canal promocional ou ainda uma forma de ensinar, educar os enoturistas a provar o vinho. Para certos estabelecimentos também pode proporcionar o aumento de novos potenciais consumidores e o alargamento a novos segmentos de mercado.

Mas o enoturismo não é só dedicado aos turistas, as populações locais também podem participar. O que se revela interessante, porque pode permitir às adegas fazer novas parcerias com os restaurantes locais e alojamentos, por exemplo. Por outro lado, o enoturismo pode trazer muitas vantagens para as regiões ou a comunidade local. As principais vantagens são o aumento do número de visitantes e a sua contribuição para a economia local, sendo de realçar que muitos retornaram aos locais, tornando-os de eleição nas suas escolhas pessoais. Aqui também destacamos de novo o problema da sazonalidade que é ultrapassado nas zonas onde se pratica o enoturismo, sendo o processo de viticultura repartido por todo o ano. O turismo do vinho também pode ter vantagens sociais, na criação de emprego, de eventos para residentes e visitantes, na criação e melhoramento de novas infraestruturas, contribuindo para o desenvolvimento das regiões.

No entanto, para alguns autores, o enoturismo pode proporcionar alguns impactos negativos para os residentes e para a região vitivinícola como, a degradação ambiental, poluição, o aumento dos custos de financiamento, a formação dos recursos humanos, o aumento do tráfego automóvel... (Barroco Novais & Antunes).

2.1.3 Enoturismo e Turismo de Educação

O enoturismo também envolve uma vertente muito interessante que é a educação. Sem a educação muitos problemas podem surgir numa comunidade ou num país. Segundo

um estudo feito por Indira De Sousa & Toscana (2005), a educação tem como objetivo guiar o homem no seu desenvolvimento, dotando-o de conhecimentos gerais sobre o mundo e a sociedade, com capacidade de julgar as mudanças que ocorrem neste mundo. Este mesmo estudo conclui que a educação quando bem empregada para a sociedade resulta em cidadãos com a liberdade de criticar, bem como entender os factos, estando estes ligados à situação social com objetivo de ajudar a sociedade. Turismo e educação estabelecem um diálogo contínuo, tendo como base a interdisciplinaridade como processo de integração e compromisso dos educadores num trabalho conjunto em busca de um conhecimento global. O enoturismo é uma ferramenta para educar os enoturistas sobre o que é o vinho, como se prova, quais as suas características... O turismo de educação e de aprendizagem não tem fim. As férias educativas para turistas cada vez mais ativos, constituem uma tendência que se acentua ao passar dos anos e que oferece a possibilidade para a indústria do turismo, permitindo aos destinos explorar diferentemente as suas instalações. É um nicho promissor que deixa lugar à inovação e à criatividade. Segundo a comissão canadiana do turismo, o turismo de aprendizagem caracteriza-se com a combinação de educação, interação, estimulação, procura de autenticidade e de experiência. Portanto a educação tem uma importância relevante para o turismo do vinho e a formação dos trabalhadores não deve ser colocada de parte para poderem dar a conhecer aos visitantes os vinhos e todas as suas componentes.

Nas definições até aqui apresentadas não se fala do tempo de estadia dos visitantes do enoturismo, efetivamente é normalmente uma atividade desenvolvida em poucos dias. Mas ainda falta considerar os outros elementos que compõem o sistema do enoturismo, designadamente, incorporar a vertente da oferta no seu conceito. Na base do desenvolvimento do enoturismo destacam-se três elementos: os consumidores, os destinos e os fornecedores.

Esta configuração do sistema do enoturismo reconhece-se na definição sugerida por (Getz, 2000 : 3): «*Wine tourism is travel related to the appeal of wineries and wine country, a form of niche marketing and destination development, and an opportunity for direct sales and marketing on the part of the wine industry*».

2.2 O Enoturista

Os turistas de vinho são os que atribuem um valor especial às deslocações aos territórios onde se produz o vinho. São os que não querem somente degustar os vinhos mas também conhecer a história das suas vinhas, a cultura da terra e das gentes que a habitam. O turista atual revela uma apetência crescente por produtos com dimensão cultural, com destaque para a riqueza patrimonial, arquitetónica e humana dos destinos que seleciona para os seus tempos de lazer, a par de uma crescente consciencialização para as questões ecológicas e de preservação do meio ambiente. Segundo Costa (2003), é de considerar também o número de vezes que as pessoas tiram férias por ano. Cada vez mais se opta pelo gozo de férias repartidas e distribuídas ao longo do ano. O que permite ao setor prolongar o ciclo de vida dos seus produtos e portanto equilibrar a sazonalidade.

Os principais desafios da indústria do turismo é compreenderem o turista, as suas características, necessidades e comportamentos. As adegas e profissionais de vinhos devem perceber os consumidores, o que eles desejam, quais os benefícios que eles procuram para depois adaptarem os seus produtos ao público-alvo. Têm portanto de pensar na segmentação, que vai representar a adaptação e o esforço marketing feito para responder às necessidades do consumidor. Segundo Kotler citado por Costa (2003), o facto de segmentar os mercados também pode permitir baixar os custos e aumentar a eficiência das atividades promocionais.

2.2.1 Perfil do Enoturista

Distinguem-se quatro tipos de turistas segundo Hall & al. (2000). Primeiro os profissionais, depois os amantes de vinhos, a seguir os interessados em vinhos e por fim os turistas curiosos. Segundo um estudo feito pela Vinitur (2009), os consumidores ocasionais caracterizam-se pelo facto do enoturismo ser uma das componentes de oferta do destino. Têm um interesse superficial pelo vinho, valorizam aspetos complementares (arquitetura, o património...), onde uma visita vínica é um atração frequentemente inserida em touring cultural. O Touring Cultural e Paisagístico é um produto que tem como motivação principal: descobrir, conhecer e explorar os atrativos de uma região. As atividades englobam percursos em tours, rotas ou circuitos de diferente duração e extensão, em viagens independentes e organizadas (Turismo de Portugal, 2006). Este tipo de consumidores procura ou compra normalmente em visitas de curta duração, inseridos em grupos mistos. Querem provas de vinhos fáceis, um acolhimento não técnico mas informador e contextualizado. O desafio para o produtor é portanto de cativar, fidelizar e promover a marca do vinho frente a este segmento de mercado. São pessoas que se situam numa faixa etária jovem, entre 25 e 35 anos.

Os consumidores interessados são pessoas situadas entre 40 e 50 anos, para quem o enoturismo é uma componente muito relevante na oferta do destino. A decisão de viajar passa pelo enoturismo, podendo ser essa a primeira razão. Têm interesse evidente em aprofundar o conhecimento pelo vinho ainda que numa base pouco técnica e segundo eles, uma ou mais visitas vínicas são componentes importantes num programa de lazer ou corporativo. Este nicho de consumidores, compra ou procura visitas privadas e completas, provas de vinhos de gamas médias e alta, em local específico. Desejam um acolhimento personalizado de acordo com certos objetivos. Gostam dos cursos de provas

ou outras atividades com vinhos. Os desafios dos produtores para este tipo de consumidor é emocioná-los e fidelizá-los à marca.

Para os consumidores dedicados, de uma faixa etária entre 50 e 60 anos, o enoturismo é a razão de ser da viagem ao destino, têm grande expectativa mesmo sendo a viagem cuidadosamente planeada, estudam, conhecem previamente vinhos, produtores, enólogos, são importantes consumidores de vinhos e procuram conhecer aspectos particulares e técnicos dos vinhos. Estes consumidores procuram e compram visitas técnicas, guiadas por enólogos, produtores ou altos responsáveis de empresas. Querem provas de vinhos de gamas superiores, provas especiais (vinhos em pré-lançamento ou anos muito especiais e com edições limitadas). Desejam conhecer tendências, particularidades, potencial de envelhecimento, mistura de castas... Com esses consumidores, os produtores devem estar muito atentos e procurar estabelecer um relacionamento duradouro e fidelizado.

Encontramos também os profissionais, pessoas peritas em vinhos e na cultura de vinhos, de 30 a 45 anos de idade, com capacidade de analisar com o responsável da adega ou o enólogo as virtudes ou defeitos de um vinho.

Todos estes consumidores têm requisitos perante os produtores de vinho e o destino a visitar. Procuram serviços com atendimento adequado como, sinalização, estacionamento, limpeza e cortesia. Gostam também de encontrar no final da visita, lojas com vinhos e outros produtos próprios ou da região como acessórios de vinhos, livros, brochuras, artesanato entre outros no sentido em que os produtores têm que ter atitudes de responsabilidade ambiental e social. Também apreciam a possibilidade de fazer refeições, eventos culturais por exemplo música e pintura.

Sobre o destino a visitar também têm algumas exigências, os consumidores ocasionais procuram sítios com programas com gastronomia, enoturismo com animação,

festas e eventos culturais onde o vinho e a comida são elementos lúdicos. Os consumidores interessados procuram destinos com programas com gastronomia qualificada, o enoturismo como componente importante de um programa associado ao incentivo (golfe, bem-estar...). Escolhem destinos com festas e eventos, onde o vinho e a comida são objetos de tratamento de nível profissional. Por fim, os consumidores dedicados procuram destinos onde existem programas com gastronomia qualificada, onde o enoturismo e os vinhos tenham reconhecimento e notoriedade, onde as festas e eventos, o vinho e a comida são objeto de tratamento profissional. Portanto todos eles procuram uma região rica em elementos associados à cultura vínica: museus, artes, monumentos, literatura... O destino tem de valorizar a paisagem, natural e humanizada, os meios de transporte devem ser diversificados (barcos, comboios históricos, helicópteros, etc.), também tem de englobar a sustentabilidade ambiental e social, enotecas e locais de referência enoturística, sinalização e meios de informação.

Como visto anteriormente, os enoturistas tendem a ser cada vez mais jovens. Segundo o estudo feito pelo Turismo de Portugal (2011), o perfil básico dos consumidores, de viagens de gastronomia e vinhos são adultos entre 35 e 60 anos com elevado poder de compra. São maioritariamente homens de elevado nível sociocultural. Informam-se através de clubes sociais de vinhos e gastronomia, ou através de imprensa especializada como a internet. São turistas que costumam comprar em sites especializados através da internet ou em agências de viagens especializadas. Podem viajar todo o ano mas com maior frequência na primavera e outono. Neste estudo, definem a estadia entre 3 e 7 dias para este tipo de consumidores, onde efetivamente não praticam só enoturismo, mas também turismo cultural, religioso ou de desporto. Podem ser consideradas duas vertentes relativamente ao modo de tirar as férias: uma vez por ano para este tipo de destino ou para clientes mais entusiastas podem viajar de 3 a 5 vezes por ano. Muitas

vezes são casais ou grupos reduzidos que comprem este tipo de serviços. É de salientar que Portugal é reconhecido como destino de vinho e gastronomia, mesmo sendo o seu posicionamento mais débil que o da França ou Itália, líderes do mercado.

2.2.2 Motivações dos Enoturistas

As principais motivações dos turistas de vinhos são usufruir de produtos tradicionais e conhecer o património enológico e gastronómico. Procuram também provar, conhecer e reconhecer o vinho, querem aprender sobre os vinhos e suas ligações à comida, estão motivados pelos trabalhos da vinha (vindima, trabalhos em verde, poda...). Mas não são só motivações ligadas aos vinhos, também ao património, à cultura, arquitetura e arte. Querem conhecer aspetos ambientais e ecológicos da produção de vinho. Desfrutar de um certo estilo de vida, bem-estar e elegância. Muitas vezes as motivações dos turistas de vinho podem ser segmentadas, a Vinitur segmenta as motivações dos enoturistas da seguinte maneira: pelos níveis etários, nacionalidade/origem, objetivos da visita ou tipo de interesses pelos vinhos. O enoturista é definido pela Vinitur como o colecionador de destinos. Segundo Costa (2003), os consumidores portugueses são essencialmente indivíduos com idades entre os 35 e 40 anos. Os homens costumam consumir vinho tinto e às refeições, já as mulheres preferem os vinhos brancos e o seu consumo está normalmente associado a épocas festivas.

Conhecer o perfil do consumidor português de vinhos é extremamente importante, na medida em que o consumidor de vinho é, mais do que qualquer outra pessoa, um potencial consumidor da experiência turística ligada ao vinho, pelo que, no contexto do presente trabalho, seja oportuno e pertinente aqui apresentar o seu perfil. O perfil do consumidor português de vinho foi estudado e definido num estudo realizado pela Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verde (2003),

Apresentaremos algumas conclusões do estudo:

- O número médio de garrafas compradas por mês pelo agregado familiar é de 9. Na região Norte, a média de garrafas compradas é superior às outras regiões. Os indivíduos com idade acima dos 65 anos compram em média mais garrafas que as outras faixas etárias. A decisão de compra de vinho é marcadamente masculina (84%). No caso dos indivíduos solteiros a decisão é predominantemente do pai, enquanto nos casados é o cônjuge que toma a decisão. Os jovens e estudantes são compradores pouco ativos.
- Em relação ao preço, o valor que os inquiridos estão dispostos a dar por garrafa, está dependente da ocasião, local e categoria do vinho. As ocasiões mais importantes para oferecer vinho são jantares em casa de amigos, o Natal e a Páscoa, sobretudo para vinhos específicos como o Vinho do Porto e o Espumante.
- Verifica-se que o termo VQPRD (Vinho de Qualidade Produzido em Região Demarcada) é aquele que é mais associado a vinho de qualidade, apesar de variar de acordo com o rendimento, habilitações literárias e género. O local de compra preferido é o hipermercado, seguindo-se a compra direta no produtor. Em último aparece a Internet e o clube de vinhos.
- O local de maior consumo em média é a casa. Nos indivíduos com menos de 24 anos e solteiros, o restaurante aparece em primeiro lugar. A semana e o fim-de-semana são as principais ocasiões de consumo dos indivíduos do sexo masculino, enquanto nos indivíduos do sexo feminino são essencialmente as ocasiões especiais.
- As fontes de informação mais utilizadas dividem-se em dois conjuntos: primeiro, informação obtida através de conhecimento pessoal e do conselho amigo ou familiar;

segundo, a informação no local de venda através do rótulo, contrarótulo e prateleira no local de venda.

- No que respeita à preferência por região/tipo de vinho, destaca-se em primeiro lugar o Alentejo, em tinto e branco. Em relação ao vinho tinto, segue-se o Douro, em terceiro o Dão e em quarto a Bairrada, com valores idênticos entre vinho tinto e branco. Os vinhos verdes aparecem em segundo lugar nos vinhos brancos.

Todavia, têm surgido críticas na região vitivinícola e à qualidade restritiva da lista de motivações. Por um lado, muitas atrações ligadas ao vinho podem ser encontrados em ambientes urbanos (por exemplo museus, caves, exposições, festivais). Por outro lado, haverá visitantes cuja motivação primária não tenha a ver com o vinho em si (por exemplo quando o maior interesse esteja na paisagem física e cultural, na comida, ou no estilo de vida associado), e mesmo os que tenham, pode variar quanto ao grau de interesse e conhecimento sobre o vinho.

2.3 Destinos de Enoturismo

2.3.1 Os requisitos para um destino de Enoturismo

É relevante perceber quais são os requisitos básicos para se considerar um Destino de enoturismo. Primeiro é necessário que a região tenha uma certa abundância e variedade de vinhos e de gastronomia regional, diversidade de empresas com produtos associados à gastronomia e vinhos, instalações de produção organizadas e adaptadas às visitas turísticas, existência de restaurantes, pontos de provas ou de mostras, sinalização turística adequada, oferta de alojamento variado e de qualidade, recursos humanos especializado.

As adegas de um Destino de Enoturismo devem situar-se próximas dos núcleos urbanos. O destino de turismo vitivinícola ideal é segundo o turismo de Portugal aquele

que englobe a gastronomia, vinhos e alojamentos (Turismo de Portugal, 2011). As adegas que pretendem fazer enoturismo têm de oferecer aos seus visitantes, visitas guiadas, provas de vinhos, menus de degustação (isso pode ser feito por pacotes, em que cada visitante escolhe o seu pacote de produtos), lojas de vinhos, experiências vínicas. Segundo a estação do ano as atividades poderão ser diferentes e poderão ser também efetuados dentro da adega. A adega ideal para o enoturismo também deve oferecer uma facilidade de idiomas e uma flexibilidade de horários. Todos os produtores que oferecem enoturismo devem diferenciar-se para poderem captar o maior número de visitante possível. Esta diferenciação pode ser no estilo de vinho e de castas utilizadas, no segmento-alvo, no tipo de visitas (com audiofones, visita – aula, visitas com provas...), no tipo de prova (provas comentadas, provas didáticas), no tipo de instalações vínicas (cave subterrânea, adega moderna...), nas instalações complementares (museus, património histórico, jardins, casa...), nos meios de transportes utilizados (jipe, trator,...).

Segundo um estudo feito pelo Turismo de Portugal (2006), a região centro de Portugal dispõe de diversas oportunidades para o enoturismo porque tem uma cozinha regional sedutora, uma oferta turística diversificada, alternativas como o turismo de sol e praia, o turismo religioso, cultural, de aventura, de desporto...Definem a região com segura, tendo um povo hospitaleiro e um clima muito agradável.

Porém, o enoturismo na região do centro também apresenta alguns problemas como, a pouca flexibilidade de horários das adegas, a falta de visão das mesmas por causa da escassez de sinalização, a falta de transportes públicos e a distância entre elas e a falta de promoção. É portanto interessante pensar num projeto inovador para a região vitivinícola do Dão considerando os aspetos acima apresentados. Sobretudo que apesar de dispor de muitas vantagens para o desenvolvimento do enoturismo, uma vez que esta atividade é pouco utilizada no negócio.

2.3.2 Os principais destinos de Enoturismo no mundo

Segundo a revista americana Forbes, foram eleitos como os 10 melhores destinos enoturístico no mundo em 2014:

- Castello Banfi, Toscana (Itália).
- Montes, Colchagua Valley (Chile)
- Ken Forrester, Stellenbosch (Africa do Sul)
- Fournier, Mendoza (Argentina)
- Leeuwin Estate, Margaret River (Austrália).
- Felton Road, Central Otago (Nova Zelândia)
- Bodegas Ysios, Rioja (Espanha)
- Quinta do Portal, Douro (Portugal)
- Château Lynch-Bages, Bordéus (França)
- Peter Jakob Oestrich, Rhein/Mosel (Alemanha)

Segundo um estudo feito por Atout France (2010), as adegas em França acolheram, entre 2008 e 2010, cerca de 12 milhões de visitantes. Noutros países, como a Nova Zelândia, África do Sul ou Argentina, o enoturismo foi também objeto de grandes investimentos na criação de infraestruturas turísticas diretamente ligadas ao setor vinícola, como salas de prova, rotas de vinho, infraestruturas complementares, assim como na oferta de restauração e golfe, no sentido de poder contribuir para atrair um número crescente de turistas. Também em Itália, a região da Toscana associou a sua promoção turística à produção e promoção de vinhos de qualidade reconhecida, reforçando a imagem da região como um destino de excelência em termos de combinação de beleza natural, história, cultura, gastronomia e vinhos.

Capítulo III – Região do Dão – Caso de Estudo

3.1 A história da vitivinicultura

A origem dos vinhos em Portugal parece remontar há cerca de 2000 anos A.C. A romanização da Península veio determinar a consolidação da produção do vinho em Portugal já que o desenvolvimento de Roma fazia disparar o consumo, exigindo uma produção cada vez maior a que as vinhas locais não davam resposta (Pinto Campos, 2012). Cabia, assim, às colónias, satisfazer a procura e garantir que o vinho corria, farto, em todo o império romano. A grande expansão do Cristianismo, nos séculos VI e VII seria decisiva para alargar os horizontes do vinho, conferindo-lhe um valor simbólico de extrema importância, e alargando o seu alcance e o seu consumo. Entre os séculos VIII e XII, época marcada pela influência árabe e por uma cultura que proibia terminantemente o consumo de bebidas fermentadas, a cultura da vinha e a produção de vinho mantiveram-se, curiosamente, beneficiando do espírito benevolente e protetor com que os árabes encararam os agricultores. A importância que o vinho assumiu nas cerimónias religiosas favoreceu a cultura da vinha e o vinho. Lentamente, os vinhos de Portugal foram ganhando notoriedade, e na segunda metade do século XIV a produção de vinho conheceu uma fase de grande desenvolvimento e exportação.

Segundo Pinto Campos (2012), os séculos XV e XVI marcaram uma evolução decisiva na história do vinho. Transportado nas caravelas essencialmente como lastro, os vinhos licorosos foram envelhecendo dentro das barricas espalhadas pelos porões das galés, onde o tempo, o calor e o balanço do mar fizeram um pequeno milagre, oferecendo no regresso, um vinho de qualidade ímpar, considerado precioso e vendido a peso de ouro.

Em 1703, com o acordo de regulamentação das trocas comerciais entre Portugal e Inglaterra, estabelecido no Tratado de Methuen, a exportação do vinho português conhece uma nova fase de expansão. Como em tantos outros aspetos da vida nacional, o Marquês de Pombal exerceu uma forte influência no setor da vitivinicultura, tendo estabelecido uma série de medidas protecionistas visando em particular a região do Alto Douro e o afamado Vinho do Porto.

O século XIX marca um período negro para a vitivinicultura em Portugal. Inicialmente pela devastação provocada pela doença do oídio, a que se lhe seguiu a praga de filoxera, inicialmente surgida na região do Douro em 1856, onde rapidamente se espalhou a todo o país, devastando a maior parte das regiões vinícolas (Labruyère & al. 2006). Vencida esta ameaça, a produção de vinhos portugueses inicia a sua recuperação e regressam à ribalta na grande Exposição de Londres de 1874.

Segundo o IVV (2014), no início do século XX inicia-se o processo de regulamentação oficial de várias outras denominações de origem portuguesa. Madeira, Moscatel de Setúbal, Carcavelos, Dão, Colares e Vinho Verde vão assim juntar-se ao Vinho do Porto e aos vinhos de mesa do Douro. Com o Estado Novo (1926-1974), é criada a Federação dos Vinicultores do Centro e Sul de Portugal (1933) que tem como principal papel contribuir para a regularização do mercado. Sucedeu-lhe em 1937 a Junta Nacional do Vinho, organismo de âmbito mais alargado e com uma forte componente cooperativista, cuja intervenção considerava o equilíbrio entre a oferta e o escoamento, a evolução das produções e o armazenamento de excedentes em anos de grande produção, de forma a garantir a compensação dos anos de escassez.

Em 1986, a Junta Nacional dos Vinhos é substituída pelo Instituto da Vinha e do Vinho, organismo adaptado às estruturas impostas pela nova política de mercado decorrente da adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia.

O conceito de “Denominação de Origem” é então harmonizado com a legislação comunitária, e é regulamentado o “Vinho Regional” que são os vinhos de mesa com indicação geográfica. São então constituídas as Comissões Vitivinícolas Regionais (associações de direito privado e de carácter interprofissional, regidas por estatutos) que desempenham um papel fundamental no incremento e desenvolvimento da qualidade e prestígio dos vinhos portugueses. Porque, assumem a responsabilidade pela defesa das Denominações de Origem e das Indicações Geográficas, aplicam e vigiam o cumprimento da regulamentação existente. (Pinto Campos 2012).

Estão atualmente reconhecidas e protegidas 31 Denominações de Origem e 12 Indicações Geográficas em Portugal. Os apoios da Europa foram essenciais para a viabilização de inúmeras vinhas e adegas modernas que impulsionaram a atividade vitivinícola.

Portugal possui ainda diversas cooperativas e algumas empresas de sucesso. Mas nas últimas décadas assistiu-se ao crescimento de um grande número de produtores independentes, alguns dos quais anteriormente entregavam as suas uvas nas cooperativas e que entretanto se equiparam para produzir seus próprios vinhos. Hoje, Portugal possui uma seleção de bons vinhos para oferecer ao mundo como nunca antes teve.

3.1.1 A vitivinicultura na região do Dão.

A presença da vinha e a produção de vinho na região do Dão é uma atividade milenar. Os vestígios existentes, como as lagaretas, testemunham dessa antiguidade ((Loureiro, 1997) citado por (Piedade Baeta Caetano, 2009)). A forte implantação de ordens religiosas, teve um papel fundamental no desenvolvimento vitícola, pois os monges, pondo em prática todos os conhecimentos da época, difundiam a cultura da vinha e a correta produção do vinho. Segundo a mesma autora, terá sido na 2ª metade do século XIX que a atividade vitícola atingiu a máxima expressão. Para tal contribuíram os preços atrativos do vinho oferecidos por comerciantes estrangeiros, com especial relevância para os franceses. Esta situação resultou dos danos causados por doenças e pragas da videira que dizimaram quase totalmente as vinhas europeias e que só mais tarde apareceram em Portugal. Surgiram a filoxera e o míldio, provenientes da América. Entraram em Portugal pelo Douro alastrando-se mais tarde ao Dão onde causaram graves problemas (Piedade Baeta Caetano, 2009). Foi após este período de crise que Portugal foi dividido em 17 regiões vitícolas, onde se inclui a região do Dão. Mais tarde, pelo Decreto de 11 de Julho de 1912, estabeleceu-se a demarcação definitiva da região, que ainda hoje se encontra em vigor. Para melhor diferenciação da Região Demarcada do Dão, surge o novo estatuto legal pelo Decreto-lei nº 376/93 de 5 de Novembro, que a individualizou em 7 sub-regiões:

- A sub-região do Alva da qual fazem parte os concelhos de Oliveira do Hospital e Tábua;
- A sub-região de Besteiros constituída pelos concelhos de Mortágua, Santa Comba Dão e Tondela;
- A sub-região de Castendo, constituída pelo concelho de Penalva do Castelo e pelas freguesias de Rio de Moinhos e Silvã de Cima, do concelho do Sátão;
- A sub-região da Serra da Estrela da qual fazem parte os concelhos de Gouveia e Seia;

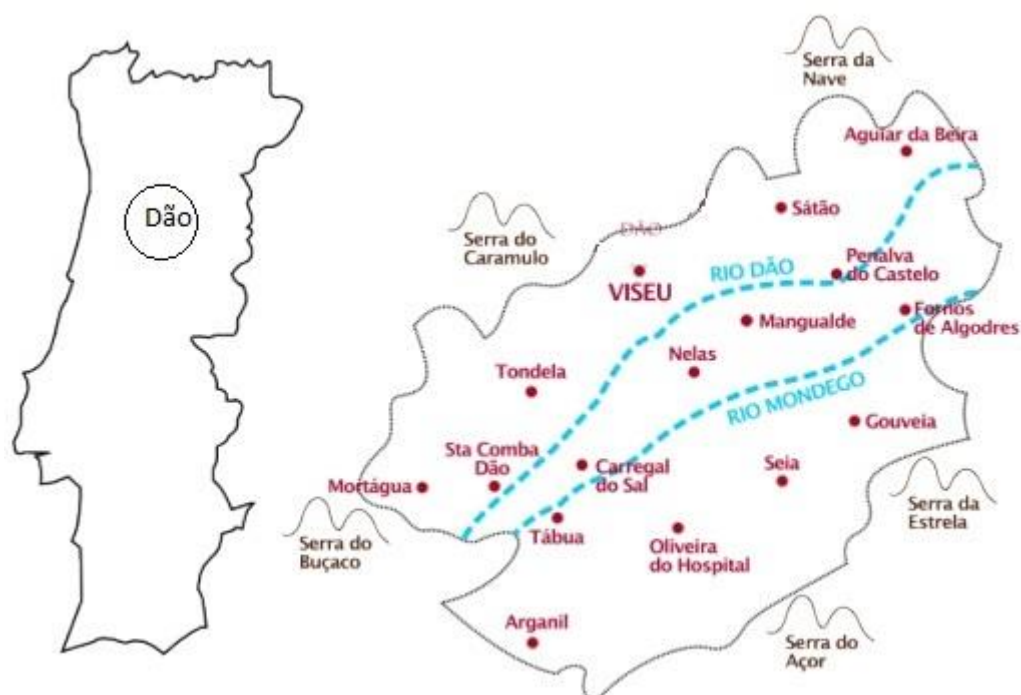
- A sub-região de Silgueiros constituída pelas freguesias de Fragosela, Povolide, São João de Lourosa, Santos Evos e Silgueiros, do concelho de Viseu;
- A sub-região de Terras de Azurara constituída pelo concelho de Mangualde;
- A sub-região de Terras de Senhorim da qual fazem parte os concelhos de Carregal do Sal e Nelas.

3.2 A região demarcada do Dão

3.2.1 Caracterização da região

A região demarcada do Dão, situa-se na região Centro de Portugal e abrange 16 concelhos dos distritos de Viseu, Guarda e Coimbra e das comunidades intermunicipais de Viseu Dão Lafões, Beiras e Serra da Estrela e da região de Coimbra (ver figura nº2)

Figura 2 :Mapa da região Vitivinícola do Dão



Fonte : <http://alemdovinho.com>

Com uma área total de cerca de 3900 Km², esta região com denominação de origem controlada é limitada a norte pela DOC Távora Varosa, a Este pela DOC Beira

Interior e a Oeste pela DOC Bairrada e pela indicação de proveniência regulamentada de Lafões. O concelho que apresenta o maior número de habitantes é Viseu, concentrando cerca de 32% da população residente no território do Dão, seguindo-se Tondela com 9,4%. Regulamentada e delimitada desde 1908, é, segundo a CVRD, a região mais antiga de Portugal no que diz respeito aos vinhos de mesa. Estende-se por uma área de aproximadamente 376,000 hectares de terra e apresenta cerca de 20,000 hectares de vinha, sendo destes 15534 hectares são de vinha apta à produção de vinho com direito a atribuição de Denominação de Origem. Estende-se ao longo dos municípios de Arganil, Oliveira do Hospital, Tábua, (distrito de Coimbra) Aguiar da Beira, Fornos de Algodres, Gouveia, Seia (distrito da Guarda), Carregal do Sal, Mangualde, Mortágua, Nelas, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, Sátão, Tondela e Viseu (distrito de Viseu).

Segundo o decreto de lei nº376/93 (ver o anexo B) produz-se na região em anos normais, cerca de 450,000 hectolitros de vinho. Encontram-se em grandes quantidades os vinhos Tintos, Brancos e Rosados, os espumantes são mais escassos. É a região conhecida como o berço da Touriga-Nacional, apresenta vinhas dispersas e descontínuas, divididas em múltiplas parcelas. É uma região rodeada de montanhas, assente em solos graníticos pouco ricos, e prolonga-se por vinhedos até aos 1000 metros de altitude na zona da serra da Estrela e a 200 metros nas áreas mais baixas, sendo que é entre os 400 e 500 metros que a vinha vegeta em maior quantidade e com as melhores condições para a atribuição da denominação de origem controlada Dão (Comissão Vitivinícola Regional do Dão, 2014).

A denominação “Dão” é uma Denominação de Origem Protegida (DOP). Todos os vinhos tintos, brancos, rosados e espumantes produzidos na região vitivinícola, tradicionalmente designada por região demarcada do Dão, podem usufruir deste nome

desde que cumpram os requisitos estabelecidos neste estatuto e na demais legislação aplicável. Acresce que nos vinhos brancos e tintos de DOP Dão, cuja produção, elaboração e engarrafamento satisfaçam os requisitos específicos, a denominação Dão poderá ser utilizada em associação com a menção “Nobre”. Para isso terão de obedecer a algumas exigências, como por exemplo, serem inscritos em registos específicos, indicar na rotulagem o ano e a colheita e serem acondicionados de acordo com as normas constantes do regulamento interno.

3.2.2 As castas utilizadas na região do Dão

Segundo o decreto de lei nº376/93, algumas castas devem obrigatoriamente figurar no encepamento das vinhas da região do Dão. Neste caso as castas tintas recomendadas são: Alfrocheiro Preto, Alvarelhão, Aragonez (chamada também Tinta-Roriz), Bastardo, Jaen, Rufete (Tinta Pinheira), Tinto-Cão, Touriga-Nacional, Trincadeira (Tinta Amarela). Porém, as castas tintas autorizadas são: Água-Santa, Baga, Camarate, Campanário, Cornifesto Tinto, Malvasia Preto, Marufo, Monvedro, Periquita, Tinta Carvalha, Touriga-Brasileira e Tourigo.

No que diz respeito às castas brancas, as recomendadas são: o Barcelo, Bical (Borrado das Moscas), Cercial, Encruzado, Malvasia-Fina, Rabo-de-ovelha, Terrantez, Uva Cão e Verdelho.

As castas brancas autorizadas na região são: Arinto-do-Douro, Assaraky, Dona-Branca, Esgana-Cão, Fernão Pires, Jampal, Luzidio, Malvasia Fina Roxa, Malvasia Rei, Siria, Tamarez e Verdial. São também consideradas como autorizadas na elaboração dos vinhos DOC Dão as seguintes castas, desde que não ultrapassem 40% do conjunto:



- Tintas: Alicante Bouschet (chamada também Tinta Fina), Cabernet-Sauvignon e Pinot-Noir.
- Brancas: Alicante Branco, Pinot-Blanc e Semillon.




Na elaboração dos vinhos tintos e brancos a comercializar com a denominação de origem “Dão”, associada a menção “Nobre”, só poderão ser utilizadas as seguintes castas recomendadas:



- Castas tintas: Touriga-Nacional num mínimo de 15%, Alfrocheiro preto, Aragonez (Tinta-Roriz), Jaen e Rufete, no conjunto ou em separado até 85%.
- Castas Brancas: Encruzado num mínimo de 15%, Bical, Cercial, Malvasia-Fina e Verdelho, no conjunto ou em separado até 85%.



Vários estudos revelam que as castas mais características da região do Dão são Touriga-Nacional, Alfrocheiro, Tinta-Roriz, Rufete e Jaen. Destaca-se que terá sido no Dão, na aldeia de Tourigo, que nasceu a Touriga-Nacional, aquela que é por muitos considerada como a rainha das castas portuguesas. Relativamente às castas brancas, predominam a Bical, Encruzado, Cercial e Malvasia Fina.

Tabela 1: Descrição das castas utilizadas na região do Dão

<p><u>Figura 2: Casta Touriga-Nacional</u></p>  <p><u>Fonte:</u>http://winesofportugal.info</p>	<p>Inicialmente cultivada na região do Dão, a Touriga-Nacional, rapidamente foi expandida à zona do Douro para ser utilizada na produção de vinho do Porto. É uma casta de pouca produção: possui cachos abundantes, mas pequenos. Os bagos têm uma elevada concentração de açúcar, cor e aromas. Os vinhos produzidos ou misturados com esta casta são bastante equilibrados, alcoólicos e com boa capacidade de envelhecimento.</p>
<p><u>Figura 3: Casta Alfrocheiro</u></p>  <p><u>Fonte:</u> http://winesofportugal.info</p>	<p>É na região do Dão que a casta Alfrocheiro tem maior expressão. A casta Alfrocheiro é bastante fértil, daí a necessidade de controlar a sua produção, para que os bagos não percam qualidades, como a cor. É também importante controlar a vindima desta casta, pois apresenta uma maturação precoce e é bastante suscetível a doenças, nomeadamente à podridão. Esta casta produz vinhos de cor muito intensa e com aromas que recordam flores silvestres, amoras maduras e especiarias.</p>

<p><u>Figura 4: Casta Tinta Roriz</u></p>  <p><u>Fonte :</u> http://winesofportugal.info</p>	<p>A Tinta Roriz é uma das castas mais conhecidas da Península Ibérica. Originária de Espanha, onde toma o nome de "Tempranillo", é também conhecida por Aragonês. É uma casta muito adaptável a diferentes climas e solos. As condições ideais são solos arenosos e argilo-calcários em climas quentes e secos, para que a produção seja menor e os bagos mais concentrados. Esta casta origina vinhos de elevado teor alcoólico, de baixa acidez e indicados para envelhecer, sendo muito resistentes à oxidação.</p>
<p><u>Figura 5: Casta Jaen</u></p>  <p><u>Fonte:</u> http://winesofportugal.info</p>	<p>A casta Jaen é uma casta muito comum no Dão e pensa-se que terá sido trazida para a região através dos peregrinos que rumavam a Santiago de Compostela. A Jaen além de produzir generosamente é também uma casta de maturação precoce. É bastante sensível ao míldio e à podridão. Os vinhos produzidos a partir da casta Jaen são essencialmente caracterizados pela sua cor intensa, baixa acidez e aromas intensos a frutos vermelhos.</p>
<p><u>Figura 6: Casta Tinta Pinheira</u></p>  <p><u>Fonte :</u> http://winesofportugal.info</p>	<p>A casta Rufete, também conhecida por Tinta Pinheira, é essencialmente cultivada nas regiões do Douro e do Dão. É uma casta produtiva e os seus cachos e bagos são de tamanho médio. É particularmente sensível ao oídio e ao míldio. Esta casta raramente produz vinhos de elevada qualidade, no entanto, se atingir o tempo de maturação ideal (sensivelmente no fim de Outubro) consegue produzir vinhos encorpados, aromáticos e capazes de permanecer muitos anos em garrafa.</p>

<p><u>Figura 7: Casta Encruzado</u></p>  <p><u>Fonte :http://winesofportugal.info</u></p>	<p>O cultivo da casta Encruzado é praticamente exclusivo da zona do Dão, sendo provavelmente a melhor casta branca plantada na região. É utilizada na produção da maioria dos vinhos brancos. Esta tem uma boa produção e é bastante equilibrada em açúcar e acidez. É muito sensível à podridão e a condições climáticas desfavoráveis (chuva e vento). Os vinhos compostos por esta casta são muito aromáticos e de sabor acentuado.</p>
<p><u>Figura 8: Casta Malvasia Fina</u></p>  <p><u>Fonte : http://www.infovini.com/</u></p>	<p>A Malvasia Fina é uma casta que encontra no Dão condições climáticas que lhe permitem expressar todas as suas potencialidades, sendo por isso a mais cultivada na região. O seu cacho é médio e frouxo e os bagos são pequenos, heterogêneos e com epiderme verde amarelada com média pruína. Possibilita a obtenção de vinhos de cor citrina, com aromas intensos, apesar de simples, dominados pelas tonalidades florais, com acidez equilibrada e um final elegante, ainda que de média persistência.</p>

<p><u>Figura 9 : Casta Bical</u></p>  <p><u>Fonte :</u> http://www.infovini.com/</p>	<p>A casta Bical é típica da zona da Bairrada e do Dão (onde se denomina “Borrado das Moscas”, devido às pequenas manchas castanhas que surgem nos bagos maduros). Esta casta é de maturação precoce, por isso os seus bagos conservam bastante acidez. É muito resistente à podridão, contudo particularmente sensível ao oídio. Os vinhos produzidos com esta casta são muito aromáticos, frescos e bem estruturados. Na Bairrada a casta Bical é muito utilizada na produção de espumante.</p>
<p><u>Figura 10: Casta Cercial</u></p>  <p><u>Fonte :</u> http://www.infovini.com/</p>	<p>A casta Cercial é cultivada em diferentes regiões vitícolas. De acordo com a região pode adotar diferentes grafias e apresentar características ligeiramente diferentes. As principais características das variedades da Cercial são a elevada produção e boa acidez. Esta casta produz o famoso vinho generoso Sercial da Madeira, um vinho seco que depois de envelhecer adquire características excecionais. Os vinhos monovarietais desta casta são geralmente um pouco desequilibrados, por isso é costume lotar a Cercial com outras castas.</p>

Fonte : O Autor

Segundo o IVV, houve em 2012 um aumento de 17% da produção na região do Dão. Como podemos ver na figura seguinte. O aumento da produção leva então a um aumento do consumo de vinhos e produtos a volta do vinho tanto tangíveis como intangíveis (vinho, gourmet e enoturismo).

Tabela 2: Produção Vinícola por Região

REGIÃO VITIVINÍCOLA	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Minho	987.715	939.564	937.605	710.625	784.028	866.985	912.176	823.341	653.013
Trás-os-Montes	225.787	225.798	232.042	98.302	105.075	110.614	119.367	102.005	108.495
Douro	1.645.627	1.743.865	1.717.728	1.443.429	1.379.051	1.351.949	1.660.408	1.329.423	1.339.057
Bairrada	377.947	413.322	365.030	255.978	211.669	246.705	297.704	292.596	283.501
Dão	376.121	487.491	515.551	240.723	251.863	297.483	355.687	293.573	354.130
Outras Regiões das Beiras	442.256	453.125	457.412	163.394	273.196	239.956	285.771	230.719	281.711
Tejo	845.425	685.319	639.747	669.472	518.989	544.935	630.548	382.276	640.381
Lisboa	1.294.856	1.177.088	1.195.983	1.056.407	932.736	962.323	1.204.098	826.666	1.096.394
Península de Setúbal	373.125	338.204	428.488	418.989	337.139	379.371	431.696	308.857	516.099
Alentejo	825.709	693.364	961.721	930.452	811.690	810.338	1.189.719	969.832	969.357
Algarve	24.107	27.955	31.672	27.587	23.698	23.650	19.190	13.150	12.338
Madeira	41.213	42.656	49.245	45.591	49.925	45.449	36.782	38.769	48.543
Açores	21.339	8.493	10.482	12.091	9.500	13.754	4.783	11.192	4.979
TOTAL	7.481.228	7.266.244	7.542.706	6.073.042	5.688.560	5.893.513	7.147.927	5.622.363	6.307.997

Unidade: hl

Fonte: <http://winesofportugal.info/>

3.2.3 O clima da região do Dão

A Região do Dão é caracterizada pelas variações micro climáticas, às quais está exposta devido às características do seu relevo. A bordadura orográfica atenua as influências climáticas exteriores à região. O clima é temperado. É quente e seco no Verão, em Julho e Agosto, as temperaturas médias mensais oscilam entre os 18 e os 20°C, podendo as máximas chegar aos 28-30°C. É nestes meses que as precipitações são raras, sendo em média menos de 20 mm. No Inverno, a precipitação é elevada, fazendo-se sentir uma acentuada descida da temperatura, que no mês de Dezembro e Janeiro atinge o seu valor mais baixo, com médias de 2°C, nas zonas de Viseu e Serra da Estrela, e de 3°C no

resto da região (Piedade Baeta Caetano, 2009). As variações micro climáticas existentes, são de grande importância para a cultura da vinha e para a qualidade do vinho (Loureiro & Cardoso, 1993). Segundo os mesmos autores é possível distinguir seis “tipos de clima” super-húmido, determinados pela influência das serras do Caramulo e da Estrela, quinze “tipos de clima “húmido e um “tipo de clima” sub-húmido, numa pequena zona do limite nordeste da região, junto a Penalva do Castelo e Fornos de Algodres. Segundo Loureiro & Cardoso (1993), a pluviosidade e as disponibilidades de água no solo, são determinantes para a qualidade e diferenciação do vinho, principalmente do tinto, sendo melhores os que são produzidos em zonas em que a precipitação média anual é de 1100 a 1400 mm/ano, podendo, no caso do vinho branco, ser produzido em zonas com maior precipitação, na ordem dos 1600 mm/ano. Além da pluviosidade, também a temperatura e a luminosidade são determinantes, daí ter em conta a exposição a que as vinhas estão sujeitas.

3.2.4 Geologia e solos

A maior parte da Região do Dão pertence ao chamado Maciço Antigo Ibérico e apesar de ser uma região muito homogénea, não deixam de estar presentes, para além das rochas plutónicas, as metamórficas e as sedimentares. Cerca de 70 % da região é constituída por rochas plutónicas, principalmente no interior da bordadura orográfica, e 20 a 25 %, por xistos argilosos. A maior parte do solo é de origem granítica, sendo este granito grosseiro, vulgarmente designado por dente de cavalo. São solos de texturado franco ou franco-arenosa, com elevada percentagem de elementos grosseiros, e com boa drenagem. Estes são solos com grande afinidade para a vinha em que sua baixa fertilidade é essencial para a qualidade dos vinhos especialmente dos tintos (Loureiro & Cardoso, 1993). Os solos xistosos são mais profundos, compactos e argilosos, com maior

capacidade de retenção de água e mais férteis, no entanto, o facto de se localizarem em zonas periféricas, não permite avaliar se a qualidade dos vinhos se deve ao solo ou ao clima.

3.2.5 Condução da vinha

As vinhas do Dão, capazes de originar os vinhos que notabilizaram a região, são conduzidas em manchas contínuas aramadas. As videiras são conduzidas, de um modo geral, em forma de cone invertido, a cerca de 60-70 cm acima do solo. A altura do tronco e o comprimento dos braços é, ainda hoje, muito variável, até dentro da mesma vinha. A forma de condução das videiras está muito condicionada aos seus hábitos de frutificação, não sendo fácil afirmar se foram as castas existentes na região que determinaram o tipo de poda que tradicionalmente se pratica ou, pelo contrário, se houve uma seleção de castas no sentido de permitir a generalização de um tipo único de poda. O certo é que a maioria das castas tradicionais da região frutifica melhor no terço médio das varas, implicando uma poda longa, em vara de 6 a 8 olhos, para que a produção de uvas seja satisfatória. Nesta forma de condução, são deixadas varas em número variável, consoante o vigor das cepas. Este sistema de condução tem o inconveniente de provocar a elevação continuada das unidades de frutificação, em consequência de uma poda baseada nas varas e na sua empa acima do terceiro olho.

Como já foi referido, uma poda longa implica a operação complementar da empa, com o objetivo de assegurar o equilíbrio vegetativo da cepa. Nas vinhas não aramadas, a empa é feita recorrendo a tutores mortos, geralmente ramos de pinheiro, cuja curvatura natural os torna especialmente adequados à função.

Há algumas décadas atrás, as vinhas começaram a ser aramadas com o intuito de uniformizar as plantações e facilitar, consequentemente, a mecanização das operações

culturais (Labruyère, Shirmer, & Spur, 2006). Os compassos de plantação aumentaram, passando a variar entre 1,20 m e 2 m na distância entre linhas e 1 m e 1,20 m de distância entre cepas. Este sistema de condução das videiras passou a condicionar o seu desenvolvimento vegetativo num plano ao longo das filas, isto é, a vegetação começou a ser embardada.

Nestas vinhas, a armação é constituída, essencialmente, por esteios de granito ou ardósia, os chamados peirões, e por duas fiadas de arame colocadas a 0,60-0,70 m e 1,10-1,30 m do solo, que sustentam a vegetação (Gomes Marques Perreira, 2010).

As videiras são geralmente podadas à vara, como no caso anterior, e a empa, em vez de se fazer recorrendo a um tutor, faz-se à volta do primeiro ou segundo arames, consoante a altura a que se encontram as varas.

A introdução dos tratores com rodado largo, essencialmente a partir da década de 60, veio obrigar a que o compasso entre linhas fosse mais uma vez aumentado nas vinhas do Dão, passando-se para 2,30, 2,50 e, mesmo, para 3 metros. Este alargamento do compasso, ao possibilitar a explosão do vigor das cepas, refletiu-se numa maior dificuldade de condução, agravando as condições de maturação das uvas. Com efeito, a altura de armação destas vinhas manteve-se na maioria dos casos, enquanto o número de varas e de olhos por vara teve de ser aumentado para assegurar o equilíbrio da planta.

Embora a descrição das formas de condução das videiras permita compreender, até certo ponto, a paisagem vitícola do Dão e os aspetos essenciais de duas das práticas culturais mais importantes – a poda e a empa, não permite transmitir a riqueza etnográfica que a atividade vitícola assume na região, justificando-se uma referência a alguns aspetos particulares das práticas culturais efetuadas anualmente nas vinhas.

A poda na região do Dão sempre se fez, a exemplo do que acontece noutras regiões, após a queda da folha, no período de repouso vegetativo das videiras. Tradicionalmente,

é nos meses de Dezembro, Janeiro e, mais raramente, Fevereiro que se veem os podadores das vinhas. Atualmente, porém, há uma tendência para ser antecipada, em virtude da escassez de mão-de-obra e da existência de vinhas de maior dimensão.

As vides de poda eram, tradicionalmente, recolhidas e atadas em feixes, utilizando-se para acender as lareiras ou fazer as braseiras onde, nas noites frias de Inverno, se assavam as chouriças embrulhadas em folha de couve. Hoje em dia, devido à falta de mão-de-obra, aos encargos que envolve a sua apanha e, também, devido aos aquecedores elétricos ou a gás, são queimadas na própria vinha, em grandes fogueiras, devolvendo ao solo grande parte dos seus constituintes minerais e lançando para a atmosfera o seu fumo esbranquiçado, que confere à paisagem um aspeto típico e um aroma peculiar.

3.3 As adegas e quintas da região do Dão : potencial de criação de um destino de enoturismo

Na região do Dão 116 estruturas (adegas e quintas) estão associadas à comissão vitivinícola da mesma região. A CVRD é a entidade que representa os interesses dos agentes económicos envolvidos na produção e comercialização dos vinhos que possuem a Denominação de Origem Controlada (DOC) Dão. Compete a este organismo garantir a sua genuinidade e qualidade, pelo que os submete a uma rigorosa coordenação e controlo. Estas atividades abarcam todo o circuito de produção e comercialização dos vinhos, com presença exclusiva dos Agentes de Verificação Técnica do Organismo em todas as operações. Simultaneamente, a C.V.R. do Dão apresenta funções de certificação e autenticação dos vinhos, através da atribuição de Selos de Garantia, sendo responsável pela sua promoção.

As rotas dos vinhos em Portugal apresentam-se como instrumentos de promoção do turismo vitivinícola, permitindo o contacto estreito com a paisagem e o mundo rural, contribuindo mesmo para a preservação do património paisagístico e arquitetónico. Com efeito, as rotas temáticas, como é o caso das rotas dos vinhos, tornaram-se ferramentas importantes, por um lado, para o desenvolvimento de novos produtos turísticos e diversificação da oferta e, por outro, como forma de promoção de determinado local e/ou regiões.

A Rota do vinho do Dão está em funcionamento desde 1998. Foi criada pela comissão vitivinícola da região do Dão. Segundo Barroco Novais & Antunes a Rota do vinho do Dão começou com 17 aderentes, verificando-se que em 2008 já contava com 35 aderentes. Sabemos hoje, segundo um estudo feito pela comissão vitivinícola da região do Dão sobre a estruturação e gestão da rota do Vinho do Dão, que 32% dos associados da comissão tem interesse no desenvolvimento da Rota do Vinho Dão (Comissão Vitivinícola Regional do Dão, 2014).

A Rota dos vinhos do Dão é constituída por 3 itinerários:

- O primeiro itinerário engloba as localidades de Cabanas de Viriato, Carregal do Sal, Mortágua, Santa Comba Dão, Tondela e Viseu. Onde se podem visitar as adegas como a Quinta da Turquide, Quinta do Giestal, Quinta do Perdigão, Quintas do Carvalhais, Quinta dos Roques, Sociedade Agrícola Boas Quintas, Sociedade Agrícola Castro Pena Alba, Sociedade Agro-pecuária de Darei e a União das adegas cooperativas da região do Dão.
- O segundo itinerário passa pelas localidades de Cabanas de Viriato, Carregal do Sal, Lourosa, Nelas, Santar, Tábua e Viseu. Neste itinerário podem se visitar as adegas de Vila Nova de Tazém, a Cooperativa Agrícola de Nelas, a Quinta da Alameda, a Quinta da

Bica, a Quinta da Espinhosa, a Quinta de Cabriz, a Quinta da Pellada, a Quinta do Santo António do Serrado, a Quinta do Cerrado e a Sociedade Agrícola de Santar.

- O terceiro itinerário envolve as localidades de Cepões, Mangualde, Penalva do Castelo, Sátão e Viseu. Podem se visitar neste itinerário as Adeegas de Penalva do Castelo, Mangualde, a Casa da Ínsua, a Quinta da Boavista e a Quinta da Taboadela.

Podemos ver os diferentes itinerários na figura 11.

Figura 11 : Mapa da rota dos Vinhos do Dão



Fonte : infovini

No âmbito de analisar o potencial enoturístico da região, caracterizamos as adeegas e quintas acima citadas para definir a oferta enoturística que possui a Região do Dão. Caracterizámos também algumas adeegas que responderam que tinham interesse no desenvolvimento da Rota do Vinho do Dão. (Anexo C)

Na tabela seguinte caracterizamos as quintas já pertencentes a Rota de Vinhos do Dão. Procedeu-se a um levantamento dos recursos de cada uma e também a análise de prática ou não do enoturismo.

Tabela 3 : Caracterização das Quintas pertencendo a Rota dos Vinhos do Dão

Quintas	Concelho	Principais Atrativos	Prática de Enoturismo
Quinta do Perdígão	Viseu	Mais premiada do Dão, nacional e internacionalmente desde 1999. 7 hectares de vinha em produção biológica certificada.	- Provas de vinhos. - Visita a adega.
Quinta da Boavista	Penalva do Castelo	Área total de 8 hectares. Enquadramento paisagístico em ambiente preservado e natural. Casa com dimensão e qualidade. Boa localização, uma curta distância aos pontos de interesse.	- Atividades relacionadas com o maneio dos cavalos e a produção vitivinícola. - Alojamento. - Organização de provas de vinhos convencionais ou com harmonização gastronómica. - Refeições para grupos.
Quinta da Pellada	Seia	Quinta com 60 hectares de vinha.	- Prova de vinhos e visita as quintas.
Quinta dos Roques	Mangualde	Dispõe de 40 hectares de vinha. Quinta considerada como um dos líderes da região. Paisagens e proximidade de monumentos históricos.	- Jantares vínicos. - Provas didáticas. - Passeios pelas vinhas e pinhais. - Pisa das uvas em ambientes festivos.
Quinta dos Carvalhais	Fornos de Algodres	Exploração agrícola de 27,8 hectares que conjuga agricultura e turismo. Utilização de energias renováveis no empreendimento.	- Alojamentos confortavelmente equipados. - Piscina. - Passeios pedestres. - Passeios a bicicleta. - Passeios de Burro. - Espaço museológico. - Participação nas atividades agrícolas. - Mini-Rotas (Queijo da Serra da Estrela, do azeite, dos vinhos).

Quinta da Turquide	Silgueiros	8 hectares de vinha. Premiada nos vários concursos promovidos pela CVRD. Adesão a Rota em curso.	<ul style="list-style-type: none"> - Jantares vónicos. - Festa da vindima.
Quinta da Bica	Seia	Propriedade agrícola de 100 hectares. Património histórico.	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo de habitação. - Provas de vinhos. - Visita a adega. - Passeio na quinta (pedestre ou de bicicleta). - Refeições (piquenique, ...)
Quinta de Cabriz	Carregal do Sal	38 Hectares de vinha. Vasto complexo vitivinícola que conjuga os vinhos e o enoturismo.	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante. - Wine bar. - Visitas guiadas. - Provas e cursos de vinhos. - Eventos culturais e sociais. - Loja de vinhos.
Quinta do Cerrado	Carregal do Sal	Localização privilegiada entre a serra do Caramulo e a serra da estrela. Paisagem granítica típica da região. Cerca de 30 hectares de vinha.	<ul style="list-style-type: none"> - Prova de vinhos. - Visita guiada a adega.
Quinta da Espinhosa	Gouveia	Salão de provas, garrafeira, salão de troféus, ótimas vistas, piscinas e localização.	<ul style="list-style-type: none"> - Eventos particulares e empresariais.
Casa de Santar	Nelas	A casa com jardins de estilo francês do século 19. Adega e loja.	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas guiadas. - Loja gourmet

Fonte : o autor

Com a tabela acima apresentada, podemos ver que as adegas pertencendo a Rota dos Vinhos Dão, já praticam algumas atividades de enoturismo (visitas as adegas, provas de vinhos, restauração, passeios nas quintas...). Algumas tem um património de importante potencial para o desenvolvimento desta atividade turística.

Na próxima tabela, caracterizaram-se as adegas cooperativas pertencendo a Rota dos vinhos, afim de perceber quais são os atrativos de que dispõe para oferecer as melhores condições para a pratica de enoturismo.

Tabela 4 : Caracterização das adegas cooperativas pertencendo a rota dos vinhos do Dão

Adega	Concelho	Principais Atrativos	Prática enoturismo
Adega cooperativa de Penalva do Castelo	Penalva do Castelo	Centro de vinificação.	- Provas de vinhos. - Visita a adega.
Adega cooperativa de Vila nova de Tazém	Vila Nova de Tazém	Centro de vinificação. Loja de vinhos.	- Provas de vinhos. -Visita a adega.
União das Adegas Cooperativas da região do Dão	Viseu	Centro de vinificação. Loja de vinhos.	- Provas de vinhos.
Adega cooperativa de Nelas	Nelas	Centro de vinificação.	
Adega cooperativa de Mangualde	Mangualde	Centro de vinificação, centro interpretativo da vinha e do vinho, garrafeira, sala de cascos, espaços para organização de diversos tipos de eventos, loja de vinhos.	- Visitas as vinhas. - Provas de vinhos. - Loja de vinhos.

Fonte : o autor

Percebemos com esta tabela que as atividades propostas pelas adegas cooperativas são pouco variadas. Limitam-se a oferecer provas de vinhos e visitas as instalações.

A próxima tabela mostra o levantamento dos recursos e o desenvolvimento do enoturismo nas quintas que responderam positivamente ao inquérito proposto pela Comissão Vitivinícola Regional do Dão sobre o interesse das mesmas em desenvolver a Rota dos vinhos do Dão.

Tabela 5 : Caracterização das Quintas que têm interesse no desenvolvimento da Rota do vinho Dão

Adega	Concelho	Principais Atrativos	Prática de enoturismo
Casa da Insua	Penalva do Castelo	Existência de um hotel de charme e de espaços museológicos. Possui 30 hectares de vinha.	- Visita guiada a quinta. - Visita do Núcleo museológico. - Casamentos, reuniões, torneios de golfe, workshops.
Quinta das Marias	Carregal do Sal	Instalações modernas (particularmente a adega).	- Visita a adega. - Prova de vinhos.
Quinta de Lemos	Viseu	Quinta com 25 hectares de vinha.	- Provas. - Jantares vínicos.
Julia Kemper Wine, S.A	Mangualde	Agricultura sustentada e biológica. Adega centenária em granito.	- Visitas a adega. - Prova de vinhos.
Quinta Mendes Pereira	Viseu	Jardins a volta da adega.	- Prova de vinhos.
Chão de São Francisco	Viseu	Presença de um antigo solar dos Viscondes de Treixedo com jardins do estilo barroco.	- Participação as vindima. - Provas.

Fonte : o autor

Nas tabelas acima apresentadas é feito um levantamento dos recursos de cada Quinta ou Adega Cooperativa. Algumas Quintas que responderam ao inquérito da Comissão vitivinícola Regional do Dão, já são aderentes à rota. As outras não são, de momento, aderentes. Candidataram-se, então, para fazer parte dos itinerários. Para isso só tinham de reunir as condições mínimas para a receção dos enoturistas (adegas, salas de provas...). A maior parte das Adeegas e Quintas já pratica o enoturismo mas muitas vezes de forma superficial (somente com provas e visitas guiadas).

Com efeito, a região, para além dos excelentes vinhos tem um conjunto de recursos naturais e culturais que lhe confere um potencial turístico. Segundo a Comissão Vitivinícola Regional do Dão (2014), a região encontra-se bem posicionada para atrair visitantes, em especial portugueses, devido à sua riqueza arquitetónica, paisagística e cultural, onde se destaca a monumentalidade de Viseu “Capital do Vinho do Dão”, sem esquecer as potencialidades dos municípios que integram a Região Demarcada dos Vinhos do Dão. De fato quando os turistas percorrem os itinerários propostos pela Rota do Vinho do Dão, percorrem localidades com um património histórico muito interessante, como por exemplo, Cabanas de Viriato que é uma Vila serrana com casas velhas, podem também visitar Carregal do Sal, situada entre a Serra da Estrela e a Serra do Caramulo. Aqui desfrutam de monumentos pré-históricos e casas do século XVII e XVIII. Podem passar por outras vilas (Sátão, Penalva do Castelo, Mangualde) e aproveitar de monumentos como as igrejas matrizes, solares barrocos e dólmenes.

Capítulo IV – Benchmarking

Neste capítulo serão estudados 3 casos de enoturismo no mundo. As três regiões vitivinícolas selecionadas são Bordéus, a Rioja e Florença, com a região da Toscana. Este estudo é feito com o objetivo de identificar boas práticas de enoturismo nessas regiões, onde o mesmo já é desenvolvido e praticado para aplicá-las na região do Dão.

4.1 Estudo de casos

As “Capitais de grandes vinhedos” são 10 grandes metrópoles que tem em comum uma qualidade económica e cultural maior: os seus vinhedos de renome internacional. A rede de “Capitais de Grandes Vinhedo” tem como objetivo, reunir estas últimas, criar

entre elas relações privilegiadas, favorecer as trocas e desenvolver programas de cooperação. As 10 cidades membros da rede são Bilbao (com os vinhedos da Rioja), Bordéus, Cape Town (com os vinhedos de Cape Winelands), Christchurch (vinhedos de South Island), Florença, Mayence (com os vinhedos de Rheinhessen), Mendoza, Porto, San Francisco (com os vinhedos da Napa Valley), Valparaíso (com os vinhedos de Casablanca Valley). Foram selecionados os destinos vitivinícolas os mais originais e mais inovadores em matéria de acolhimento dos visitantes, por um júri de peritos internacionais (Best of Wine Tourism, 2014).

Neste capítulo selecionaram-se 3 destas cidades, Bordéus, Florença e Bilbao, com os seus respetivos vinhedos no âmbito de estudar a oferta enoturística destas regiões.

Sobre cada região elabora-se a respetiva descrição e caracterização e em seguida um quadro recapitulativo destes destinos vitivinícolas selecionados como os melhores em 2014. Cada um destes destinos foi analisado de forma a comprovar a sua correspondência aos critérios criados pelos júris. Estes critérios que abrangem a oferta enoturística são os seguintes:

- Arquitetura e paisagens.
- Arte e Cultura.
- Descoberta e inovação.
- Alojamentos.
- Serviços enoturísticos.
- Valorização enoturística de práticas ambientais.
- Restauração

4.1.1 Bordéus

Bordéus é a capital do Sudoeste da França, bordada pelo oceano atlântico, foi inserida na lista do património mundial da Unesco em 2007. O centro histórico da cidade oferece uma beleza deslumbrante e uma unidade de estilo arquitetónico, com praças encantadoras, parques, museus e locais de elevada absorção cultural. Largamente aberta ao oceano atlântico, esta cidade está na encruzilhada de Paris e de Espanha e beneficia de um clima oceânico ameno com a influência da corrente do golfo. É o ponto focal da gastronomia e do shopping, com uma cozinha refinada a cada esquina convidando os turistas a parar e experimentar. Podem também desfrutar lojas de marcas internacionais célebres situadas nas ruas pedoneiras. Bordéus é também a região vitivinícola mais famosa de França, beneficia de uma notoriedade espontânea.

Efetivamente segundo um inquérito feito pelo BIVB (bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne), 84% das pessoas entrevistadas respondem primeiro Bordéus quando lhes é perguntado quais as regiões produtoras de vinhos na França.

Com 63 DOC (denominação de origem controlada) e 11 000 Châteaux, a Gironde está em grande parte coberta de vinha.

Nas paisagens laminadas do Médoc, Libournais e Entre-Deux-Mers, o vinho é um elemento familiar. Saint-Estèphe, Saint-Emilion, Pomerol, Pessac-Léognan e Sauternes são locais mágicos e encantadores bem como as denominações de renome. O termo «Château» utilizado na região é específico, devido ao facto das grandes quintas vitícolas possuírem o seu próprio castelo, por exemplo Château Margaux, Lynch Bages, Lafitte, Pichon Longueville, Yquem, (monumentos históricos datados do século XII) e muitos mais que embelezem a região com a sua sumptuosa arquitetura. Algumas destas

propriedades são responsáveis pelas visitas de muitos turistas (Great Wine Capitals, 2014).

Mas Bordéus como capital do departamento da Gironde, possui 180 km de praias, milhares de hectares de florestas, centenas de trilhos e um parque natural regional: Parque Natural Régional des Landes de Gascogne.

De Norte a sul, podem ser descobertos vários pontos a visitar como o estuário da Gironde, o farol de Cordouan, a região do Médoc, as estações balneares, a bassia de Arcachon o Cap Ferret, os centros de ostracultura, a casa natural para os pássaros, Blaye na margem direita da Gironde (na lista do património mundial da Unesco desde 2008), Saint-Emilion, uma cidade medieval situada no cimo de uma colina com vista sobre os vinhedos mais famosos (também inscrita no património mundial da Unesco).

Bordéus é um destino familiar, que propõe variadas e inesquecíveis atividades para todas as idades com uma vasta gama de desportos, atividades de lazer e novas descobertas (zoo, fazendas pedagógicas e de descoberta, aulas de cozinha para crianças, visitas aos museus e cruzeiros fluviais). Pode ser escolhida para turismo de negócios, com numerosos espaços prestigiados e vários centros de congressos.

Graças aos seus vinhos e cozinha, Bordéus é a capital do bom gosto em França, e também a maior região vitivinícola DOC em França. O vinhedo de Bordéus é constituído por 117,200 hectares cultivados e uma produção de 5 a 6 milhões de hectolitros anuais, o que corresponde a mais de 800 milhões de garrafas cujos 87% são vinhos tintos, 11% vinhos brancos secos e 2% vinhos brancos doces. O número de pessoas envolvidas na produção do vinho aumenta todos os anos, para além de 50 adegas cooperativas e cerca de 11,000 propriedades, existem outros tipos de indústria de vinhos de Bordéus, cerca de 400 empresas de comércio e 100 corretoras. Cerca de 70% do vinho de Bordéus é vendido

no mercado nacional e o resto é exportado (Vin Vignes, 2014). Todos os vinhos produzidos nesta região partilham um estilo comum. Mais do que um sabor, há um caráter que se exprime nestes vinhos através do equilíbrio de concentração e de potência com fineza e elegância. Este estilo é o resultado de fatores naturais tais como o *terroir*, o clima e a intervenção humana, com assemblagem das castas ao *terroir*. Cada um destes elementos exprime-se com a sua própria personalidade, dando origem aos vinhos de Bordéus.

Nesta região o clima é ameno e temperado devido à latitude e à influência marítima do oceano atlântico. O “*terroir*” palavra francesa para designar um território cujos traços físicos (solos, subsolos, localização, clima, microclima...) contribuem para a personalidade dos vinhos. Mas o “*terroir*” é também o resultado da intervenção humana, nomeadamente na seleção das castas. A região vitivinícola de Bordéus, é a casa mãe de castas famosas no mundo inteiro, especialmente o Cabernet-Sauvignon, Cabernet-Franc, Merlot para as castas tintas e o Sauvignon Blanc e Sémillon para as castas brancas. Minoritariamente também se cultivam outras castas como o Malbec, o Carmenère e o Petit-Verdot (castas tintas) e o Ugni Blanc, Muscadelle, Colombard para as castas brancas.

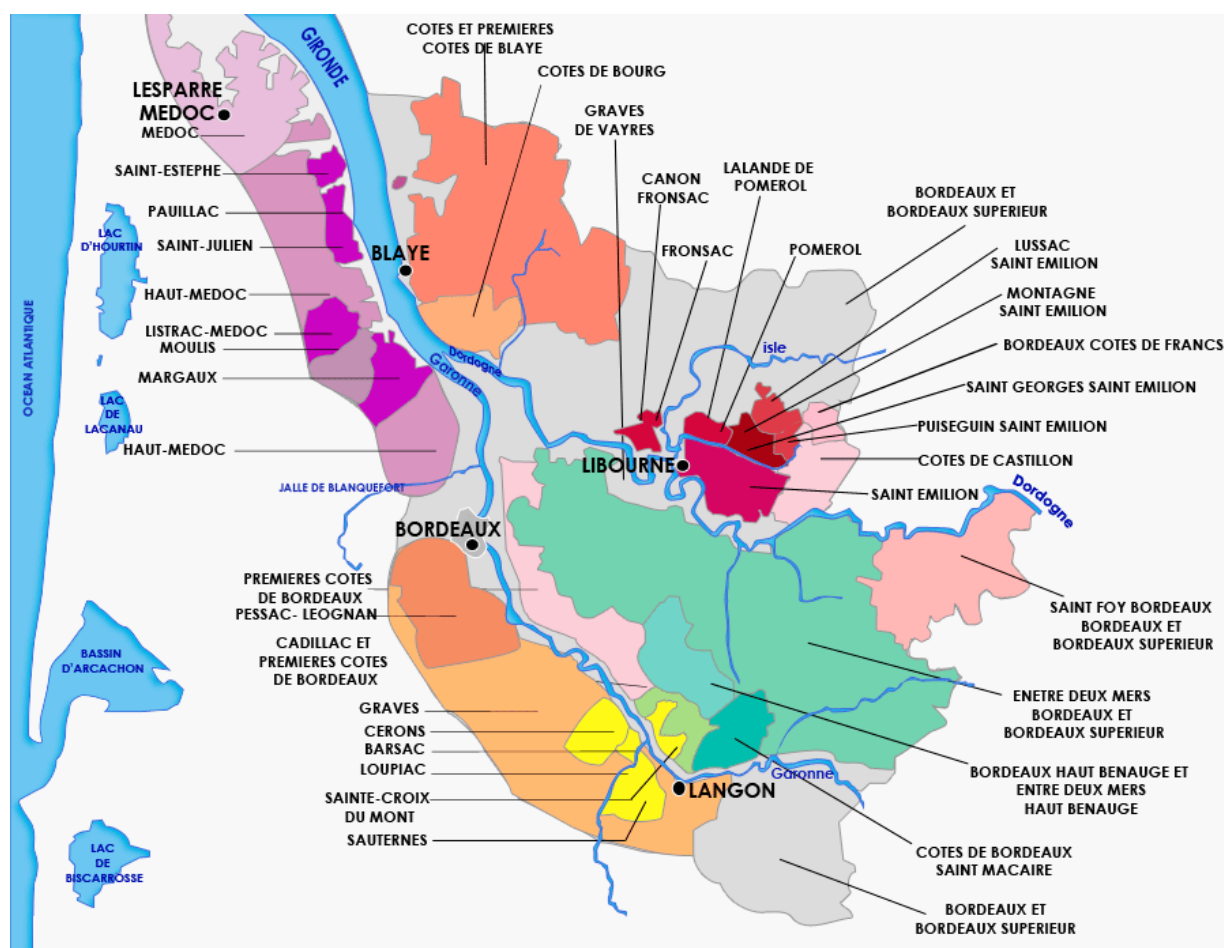
Segundo um artigo sobre o retrato económico da região Aquitaine, esta última é a líder mundial da produção de vinhos de denominação de origem controlada (Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine, 2010).

A região Aquitaine, onde está inserido o vinhedo de Bordéus, graças à sua oferta turística diversificada, impôs-se como um destino de eleição para os turistas, quinta região turística no ranking francês. O enoturismo regional constitui uma das primeiras atividades capaz de regular o fluxo turístico em direção à região. Em 2009, contaram-se 3.3 milhões

de visitas nos vinhedos da Aquitaine, onde um terço são visitantes locais e o resto são turistas de todo o mundo (Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine, 2010). A visita aos vinhedos não é a razão principal das visitas turísticas, mas as potencialidades oferecidas pela presença de um prestigioso “Chateaux”, é uma mais-valia na escolha do destino. O desenvolvimento do enoturismo constitui um pilar para o desenvolvimento do fluxo turístico regional.

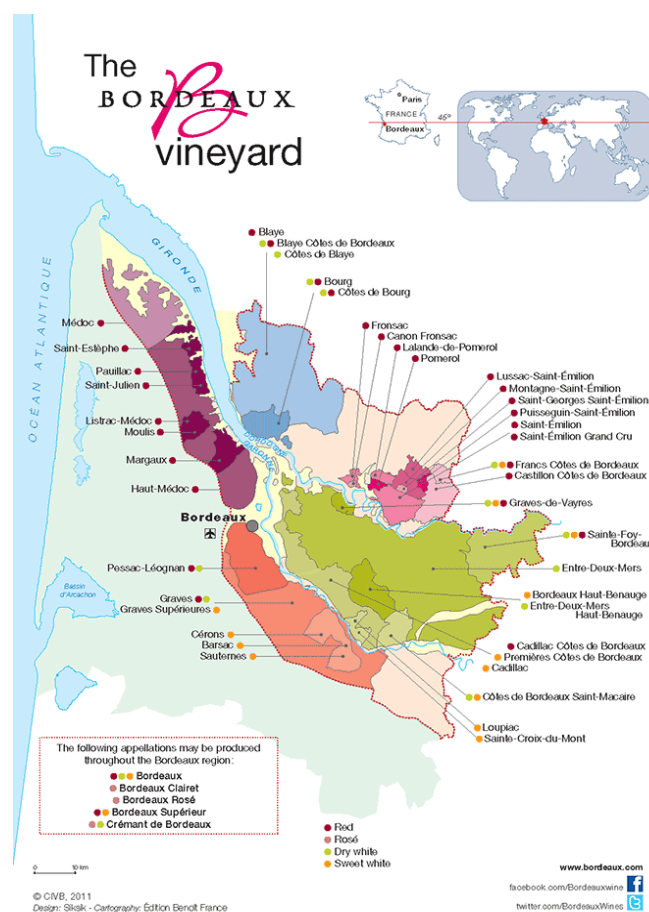
O enoturismo na França esta em considerável expansão nos últimos anos. Torna-se uma ferramenta de comunicação e de promoção do vinho associando cultura gastronomia e património. Bordéus é a única cidade que deu o nome a um vinhedo e à cor do seu vinho. Cidade inscrita ao património mundial da Unesco. Bordéus aposta nos aspetos culturais e pedagógicos da experiência a volta do vinho e conta também sobre a notoriedade regional e sobre o património histórico (Faugère & Bouzdine-Chameeva, 2012).

Figura 12: Mapa da região Vitivinícola de Bordéus



Fonte : <http://www.vignobledebordeaux.fr/>

Figura 13 : Mapa da região vitivinícola de Bordéus com os tipos de vinhos produzidos



Fonte : <http://www.vignobledebordeaux.fr/>

Em cada um dos territórios vitícolas da Aquitaine, os profissionais do turismo e do vinho envolveram-se num passo de qualidade. Cada prestatário aderente de “Destino vinhedo” é um embaixador turístico de escolha para a descoberta de territórios vitícolas (Best of Wine Tourism, 2014). Cada aderente decidiu respeitar um número de critérios que define a qualidade do serviço e do acolhimento:

- Respeito das horas e períodos de abertura
- Informação sobre as línguas praticadas nas instalações
- Condições exemplares de visitas, provas, alojamento e restauração
- Disponibilização d’informação turística

- Acessos facilitados, com existência de parques de estacionamento.
- Limpeza dos sítios
- Afixação dos preços
- Respeito do meio ambiente
- Controle por organismos independentes

Apresentamos na seguinte tabela a oferta enoturística das adegas vencedoras do concurso Best of Wine Tourism feito pela Great Wine capitals. Todas estas adegas sobressaíram graças a oferta notável em termos de serviços, inovações, criatividade e autenticidade (Best of Wine Tourism, 2014).

Tabela 6 : Características da oferta enoturística das adegas.

Adega	Região Vitivinícola	Atrações Turísticas	Características
Château de Rouillac	Pessac-Léognan	Serviços enoturísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Reuniões de empresas - Terraços para apreciar vistas - Instalações hípias - Provas - Visita do vinhedo a cavalo ou em jipe
Château de la Dauphine	Fronsac	Arquitetura e paisagens	<ul style="list-style-type: none"> - Maior propriedade da sub-região - Rio - Parc - Descoberta histórica
Château du Tertre	Margaux	Alojamento	<ul style="list-style-type: none"> - Visita guiadas - Vasto espaço paisagístico
Château Gravas	Graves-Sauternes	Arte e arquitetura	<ul style="list-style-type: none"> - Manifestações culturais - Encontros musicais - Exposições
Château Larose Trintaudon	Haut-Médoc	Práticas sustentáveis do enoturismo	<ul style="list-style-type: none"> - Certificado ISO 9001 e ISO 14001 e agricultura razonada - Visitas e provas

Château Larivet Haut Brion	Pessac-Léognan	Descoberta e inovação	<ul style="list-style-type: none"> - Provas acompanhadas de pratos - Pique-niques no parque de verão - Enofolias (1 prova num sítio insólito: duna na praia, galeria d'arte, experiência gustativa única.)
Association Route des vins de Bordeaux en Graves et Sauternes	Sauternes	Serviços enoturísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Primeira rota dos vinhos - Oferta de estadias - Visitas as adegas - Descoberta de gastronomia e do mundo dos vinhos
Château d'Arche	Sauternes	Descoberta e inovação	<ul style="list-style-type: none"> - Vista magnífica - Visitas da adega - QR códigos smartphone guia turístico
Château de Ferrand	Saint-Emilion	Descoberta e inovação	<ul style="list-style-type: none"> - Visitantes acolhidos pelos enólogos - Workshops combinação comida e vinhos
Château de Pressac	Saint-Emilion	Arquitetura e paisagem	<ul style="list-style-type: none"> - Património histórico
Château Fourcas Hosten	Médoc	Arquitetura e Paisagem	<ul style="list-style-type: none"> - Parque florido - Mistura de arquitetura contemporânea e tradicional
Château Montlau	Libournais	Arte e Cultura	<ul style="list-style-type: none"> - Museu - Manifestações - Exposições
Château Vieux Mognac	Saint-Emilion	Práticas sustentáveis do enoturismo	<ul style="list-style-type: none"> - Utilização de compostos naturais - Agricultura biológica - Visitas guiadas
Médoc Wine Inn Tour	Médoc	Serviço enoturísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Provas - Encontros com profissionais dos vinhos - Estadias em alojamentos de grande conforto
Musée du Vin et du Négocio de Bordeaux	Bordeaux	Serviços enoturísticos	<ul style="list-style-type: none"> - História dos vinhos em Bordéus - Exposições e provas
Wine Tour Booking	Bordeaux	Serviços enoturísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Reserva de provas e visitas - Estadia segundo as necessidades e vontades do consumidor

Fonte : o autor

4.1.2 Toscana

Florença, é um município italiano, capital e a maior cidade da região da Toscana e da província homónima, com cerca de 371060 habitantes. Estende-se por uma área de 102 km², tendo uma densidade populacional de 3453 hab/km². Situada nas margens do Arno, Florença é famosa pela sua história, arte, arquitetura, pelo seu património cultural e sobretudo pela sua importância na Idade Média e no Renascimento. De facto, é considerada o berço do renascimento italiano e a mais bela cidade do mundo. O centro histórico de Florença atrai milhões de turistas todos os anos e foi declarado sítio do património mundial da Unesco em 1982. É também uma cidade muito importante no mundo da moda, já foi capital da moda e classificada nas cinquenta melhores capitais da moda do mundo. Além disso Florença é um centro económico, turístico e industrial muito importante (Great Wine Capitals, 2014). Florença é sem dúvida uma das capitais do turismo.

É um dos destinos mais procurados dos turistas pelas atrações que oferece. Com cerca de 5700 estruturas locais no setor do alojamento e mais de 8000 empregados, a capital da Toscana acolhe cada ano cerca de 4 milhões de visitantes cujos 2.8 milhões são estrangeiros. Os seus museus e objetos do Renascimento não são as únicas atrações da cidade, também é escolhida para passar férias pela sua gastronomia e seus vinhos. O campo florentino é um dos sítios de eleição para os que querem combinar uma visita à cidade da arte, com excursões no país e aproveitar os produtos locais e os vinhos. Uma série de serviços em torno da indústria do turismo, universidades estrangeiras, organizações profissionais, exposições, mercados, conferências, animações e outras atividades de lazer, contribuem para a qualidade superior do turismo (Great Wine Capitals, 2014).

A viticultura é próspera na Toscana, desde a Idade Média. A região é hoje conhecida pelos seus vinhos tintos secos e jovens. Florença chama à atenção, pelo território de “Chianti” (Vins du Monde, 2014). A Toscana é a quinta região vitivinícola pelo seu tamanho e a quarta pela sua produção com vinhedos repartidos sobre 86,000 hectares cujos 30,000 beneficiam da denominação de origem qualificada.

Nas colinas e campos à volta da cidade, estão alinhadas as videiras para produzir maioritariamente as uvas Sangiovese que permitem fabricar o vinho “Chianti”, vinho de aroma frutado e perfumes aromáticos, equilibrados pela acidez e os taninos maduros. Nesta região de denominação controlada e garantida, também se cultivam outros tipos de castas como o “Cabernet Sauvignon”, “Canaiolo” (uvas tintas), “Trebbianno” e Malvasia (uvas brancas). O Trebbiano constitui a base de produção dos vinhos brancos na Toscana, cultivado principalmente pela sua produtividade e suas propriedades que ajudam à conservação nas zonas quentes. As suas qualidades neutras, fazem com que este vinho seja maioritariamente utilizado a granel. Pouco a pouco os produtores mostram um interesse cada vez maior noutras castas como o Chardonnay ou Sauvignon Blanc em particular nas zonas mais altas onde as uvas amadurecem mal.

Os vinhos mais produzidos nesta região são de longe os Chianti mas um novo estilo está a aparecer, mais internacional, utilizando castas francesas, o Super Tuscans. Outros vinhos toscanos importantes são o Montalcino, o Montepulciano, Bolgheri, Carmignano e vinhos da Maremma. A zona chave de produção dos vinhos brancos é San Gimignano. Com a maior parte das suas paisagens montanhosas, a toscana oferece a melhor qualidade aos seus vinhos. As colinas fornecem a maior concentração de luz para um melhor amadurecimento das uvas, os produtores apreciam também a diferença

importante de temperaturas entre o dia e a noite. O clima sendo mediterrâneo é muito severo no inverno (Great Wine Capitals, 2014).

A produção de vinho e o comércio marcaram fortemente a economia da cidade no passado e ainda hoje muitas das mais antigas famílias florentinas estão envolvidas neste negócio. Visitar as propriedades vitícolas da Toscana significa experimentar totalmente uma cultura antiga, que deu origem a castelos e vilas de rara beleza artística. O enoturismo na Toscana não só permite visitar alguns dos "templos mundiais de vinho ", mas também, e sobretudo, permite visitar instalações em vilas e castelos que até algumas décadas atrás foram fechadas ao público. Muitas delas ainda são habitadas pelos proprietários das fazendas, que identificaram no turismo do vinho uma forma inteligente de ter uma relação direta com seus consumidores e assim beneficiaram de um feedback imediato sobre as tendências atuais no gosto a nível internacional.

Florença é um centro importante de empregos, atividades artísticas, artesanais e industriais. Situada ao meio de grandes eixos rodoviários é um centro de gravidade importante. A agricultura biológica está a ser cada vez mais desenvolvida. Outra das economias fortes de Florença é o turismo, um setor muito importante para uma das cidades mais visitadas na Itália e na Europa. Além de ser um destino tradicional para o turismo cultural, a cidade é um centro cada vez mais inovador com o enoturismo, que conta na Toscana, perto de 40% do total das presenças a nível nacional. A Itália desenvolve muito bem o agroturismo desde alguns anos.

Segundo um estudo de Faugère & Bouzdine-Chameeva (2012), os dados oficiais do ano 2012 situam o número de enoturistas na Itália a 4,6 milhões com um volume de negócios do setor entre 3 e 5 milhares de euros. A região de Florença, a Toscana, possui uma rica história vitícola e segue a sua progressão como zona produtora de vinhos de

grande qualidade dentro das mais dinâmicas e criativas do país. É a região mais visitada de todas as zonas vitícolas de Itália. Os enoturistas na Toscana compram vinhos, produtos regionais artesanais e gastronómicos. Segundo Faugère & Bouzdine-Chameeva (2012), o turismo vitivinícola representa uma fonte de rendimentos muito importante para as pequenas empresas e as vezes para os territórios. Os atores locais, organizações, clubes, instituições e outros são relacionados numa extensa rede contendo o “Movimento do Turismo do Vino” e as associações nacionais “Donne Del Vino, Città del Vino”, “RTVA (rotas de vinhos e turismo agrícola)”. Estas últimas representam uma forma de turismo alternativo baseado no modelo “território – produção – turismo” (Best of Wine Tourism, 2014). As rotas de vinhos fornecem uma oferta complexa de vinhos integrando atrações e recursos. Uma participação ativa das comunidades locais e das ajudas públicas e privadas fortalecem este posicionamento encorajando os processos empresariais e assegurando as relações entre produtores e consumidores.

Este dispositivo de rotas de vinhos e turismo agrícola na Itália dá muito valor a dimensão sociocultural no processo de desenvolvimento, pois permitem uma boa visibilidade das entidades locais do mercado turístico e os viticultores contribuem finalmente a inovação dos territórios e das comunidades locais. É uma mais-valia para a promoção do turismo e setor vitivinícola local.

O enoturismo tornou-se um modelo económico inovador onde o conhecimento dos vinhedos e dos produtores é essencial a promoção do produto. A grande impulsão dada à economia Italiana permite melhorar a visibilidade dos territórios e o desenvolvimento de novos empregos. Florença está em primeira posição no TOP 10 dos destinos enológicos na Europa, segundo Tripadvisor (Faugère & Bouzdine-Chameeva, 2012).

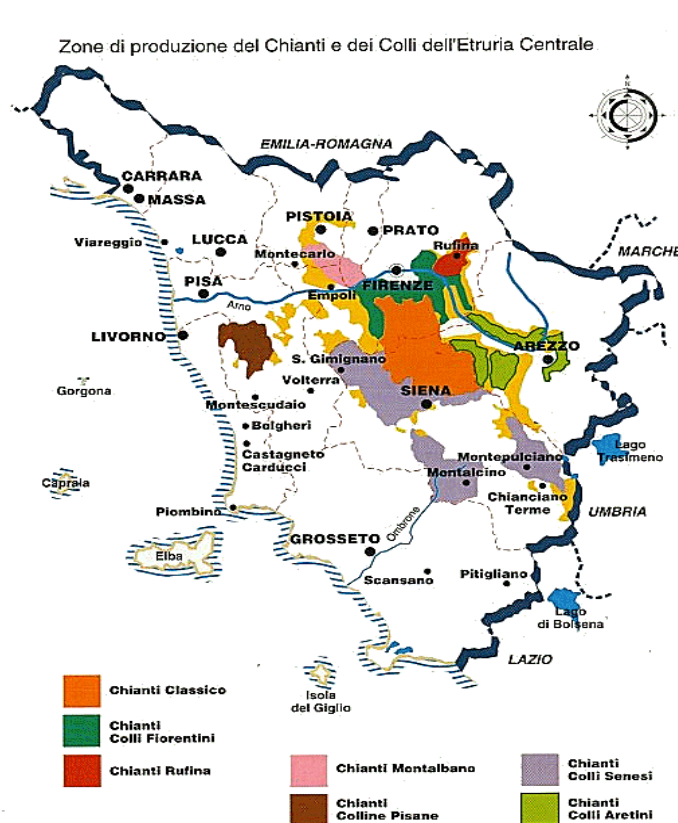
Apresentamos então na seguinte tabela as adegas vencedoras do concurso já referido afim de perceber quais os recursos que possuem e quais as ofertas que propõem aos seus turistas.

Tabela 7 : Caracterização da oferta enoturística das adegas

Local enoturístico	Região Vitivinícola	Atrações turísticas	Características
Castello di Gabbiano	Chianti Clássico	Alojamento	- Castelo medieval com quartos - Apartamentos situados numa quinta do século 16
Agricola San Felice	Chianti Clássico	Alojamento	- Hotel equipado de todos os serviços modernos - Visitas e provas comentadas.
Castello la Leccia	Chianti Clássico	Arquitetura e paisagem	- Castelo datando de 1707 - Restauração com materiais ecológicos - 12 quartos bem equipados com atmosfera elegante
Enotria	Firenze	Restaurantes	- Garrafeira e restaurante no centro de Florença - Cozinha de qualidade e tradicional - Extensa escolha de vinhos na garrafeira - Sede da sociedade dos vinhos de Florença - Provas de vinhos e eventos a volta do mesmo.
Tenuta di Poggio Casciano	Chianti	Descoberta e inovação	- Casa datando do Renascimento - Escritórios da equipa agrícola de Ruffino, o departamento comunicação - Exposição de impressões ligadas ao vinho - Varias visitas propostas ilustrando as etapas da produção. - Pontos multimédia

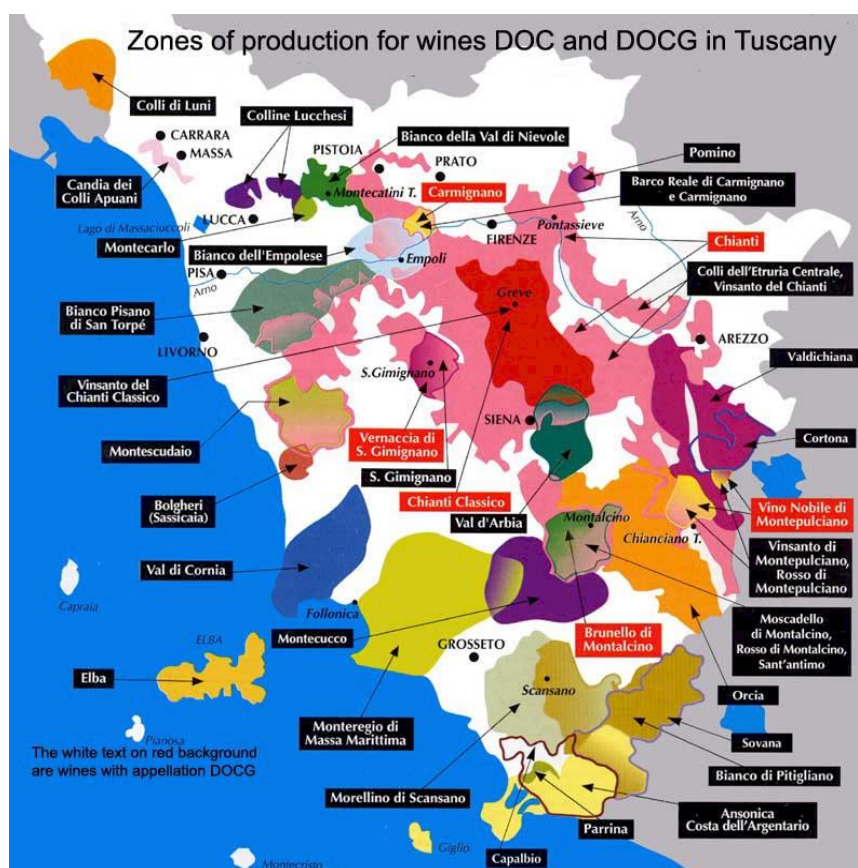
Fonte : o autor

Figura 14: Mapa das zonas de produção do Chianti.



Fonte : www.vinhoedelicias.com

Figura 15: Mapa da região vitícola da Toscana



Fonte : www.vinhoedelicias.com

4.1.3 Rioja

Bilbao, no norte de Espanha é um importante centro industrial. É considerado como um destino turístico procurado graças à sua diversificada gama de sítios culturais, diversidade geográfica, cozinha com renome a nível mundial e aos seus vinhos da Rioja. A cidade sofreu importantes alterações, desenvolvendo um modelo urbano que combina indústria, serviços e tecnologia com a cultura e a arte, sendo um dos exemplos mais recentes, o museu de Guggenheim. O porto de Bilbao sempre foi um centro importante nomeadamente no transporte dos vinhos da Rioja para o mundo inteiro. Bilbao é a cidade mais importante do norte da Espanha situando-se costa da baía de Biscaia.

A região demarcada da Rioja está situada a cerca de 100 km a sul de Bilbao (Great Wine Capitals, 2014). É a mais famosa denominação de origem qualificada em Espanha. O clima, os solos e as características geográficas da região constituem um ambiente ideal para a produção de vinhos. Esta região situada no vale do Ebro estende-se sobre cerca de 64,000 hectares, com uma produção anual média de 2.7 milhões de hectolitros. Além da sua popularidade em Espanha, os vinhos da Rioja são vendidos em mais de 100 países do mundo. As castas tintas cultivadas são maioritariamente o Tempranillo, Garnacha tinta, Graciano, Mazuelo e Maturana tinta. As castas brancas são a Viura, malvasia, Grenache branca, Maturana branca, Tempranillo branca, Turrantes, Chardonnay, Sauvignon-Blanc e Verdejo. Tendo em conta que o Chardonnay, Sauvignon-Blanc e Verdejo não podem ser misturados com as outras castas brancas.

A Rioja situa-se nas quatro províncias da Rioja, Navarra, País Basco e Castilla Leon. Distinguem-se três sub-regiões: Rioja Alta, Rioja Baja e Rioja Alavesa. Os vinhedos são geralmente plantados nos planaltos situados mais ou menos a 400 m acima do nível do mar. Variam de uma altitude entre 600 m a oeste, com solos compostos de argila e calcário e 400 m na Baja, com solos completamente argilosos. Na Rioja Alta, que cobre a parte oeste da denominação, ao sul da Alava até Burgos o clima é mais frio que na Rioja Baixa, logo a estação é mais curta. Este facto confere aos vinhos um carácter mais clássico, mais leve e então mais próximo do modelo francês. Deste lado do vinhedo, a casta mais cultivada é o Tempranillo e sendo aqui a estação mais curta, esta casta atinge a maturidade mais rápido, cerca de 2 semanas antes do Granacha, por exemplo. A Rioja Alavesa encontra-se ao norte do Ebro, na província basca de Alava. Aqui o clima é muito parecido com o da Rioja Alta ainda que os vinhos sejam mais redondos e mais densos, embora sempre com fineza. A densidade de vinhas por hectare é mais fraca por causa dos solos rochosos, o que se torna uma mais-valia e explica as propriedades desses vinhos.

Tal como na Rioja Alta, a região é especialista do Tempranillo. Estas duas zonas situadas em altitude (400 a 500m) e expostas as brisas noturnas frescas do norte, beneficiam de uma frescura benéfica para a qualidade dos vinhos. Por fim a Rioja baixa, sub-região do sul este, a mais baixa, desce até 300 m de altitude, é a mais quente, sendo influenciada pelo mar mediterrâneo e por efeitos continentais que a tornam mais seca. Como as secas estão em constante aumento nessas regiões, a irrigação é permitida desde 1990. Aqui os vinhos são mais escuros e possuem mais álcool. Esta região estende-se pela Navarra, por isso produz vinhos que podem ser engarrafados sob a denominação Navarra ou Rioja. Os vinhos desta sub-região são dotados de menos acidez e são menos aromáticos portanto são muitas vezes utilizados em misturas com outros vinhos das outras sub-regiões, produzindo vinhos mais equilibrados. É o sítio ideal para o Granacha, casta nobre que traz um carácter mais meridional que o Tempranillo. Esta região vitícola está exposta, graças ao Ebro, a uma serie de micro climas muitos benéficos para os vinhos.

A região da Rioja é uma das zonas mais desenvolvidas de Espanha conectando o País Basco a Catalunha. As suas principais indústrias estão relacionadas com produtos agrícolas: as uvas para os vinhos da Rioja, frutos e legumes para enlatados e a criação para produção de carne. Outras indústrias importantes incluem, a fabricação de calçado, moveis e produtos metálicos. A importância dos vinhos da Rioja fez renascer indústrias ligadas ao vinho: tanoarias, capsularias, artes gráficas para os rótulos e embalagens, máquinas de engarrafamento e turismo (Great Wine Capitals, 2014).

Está comprovado que o turismo de massa que surgiu em Espanha nos anos 60-70 ajudou a impulsionar a economia do país. Mas os danos ocasionados nas zonas costeiras e nas paisagens por este turismo de “sol e praia” danificaram a imagem do país. Portanto as correções feitas, privilegiaram um turismo mais cultural, baseado nas riquezas

históricas e monumentais que a Espanha possui. Também se desenvolveu um turismo rural, valorizando as paisagens e grandes espaços naturais do país. No ponto de encontro entre essas duas tendências está o turismo do vinho.

O enoturismo está a ser muito desenvolvido em Espanha e notavelmente na Rioja, onde se podem encontrar atividades como, visitas às caves (grande vertente pedagógica e técnica com a degustação), estruturas de acolhimento (clubes VIP, onde estão reservados quartos e sítios de restauração) para celebração de eventos familiares, aquisição de vinhos de anos reservados presenteados com um rótulo personalizado, visitas ao museu do vinho e vinobus. A região da Rioja com as suas mais de 400 adegas oferece uma grande variedade de estilos arquitetónicos, desde os mais tradicionais até aos mais modernos e funcionais. Nesta região podem-se praticar várias atividades à volta do vinho, desportos dentro dos vinhedos, cursos de provas e alojamentos com programas enoturísticos (Great Wine Capitals, 2014).

O artesanato também tem muito peso porque são realizadas peças a volta dos vinhos (jarros,...). Esta região tem recursos que valorizam o seu património vitivinícola como o museu da cultura e do vinho de Briones ou o centro de interpretação do vinho de Haro. Foram criadas umas séries de iniciativas para promover o enoturismo, das quais se destacam a criação de uma plataforma temática para a configuração de pacotes turísticos, “A pé de vinha”, é um novo conceito de *catering*, onde profissionais da gastronomia quiseram reunir o melhor da cozinha com os vinhos da Rioja. A cozinha da região caracteriza-se por abundantes frutas y verduras, como espargos, alcachofras, pimentos vermelhões, peras e pêsegos, também carne sobre tudo cordeiro e porco. Também pode desfrutar de comidas típicas como batatas com chouriço, costeletas de borrego, borrego assado... (Universidade de Huelva, 2014).

Na seguinte tabela vamos caracterizar a oferta enoturística com os destinos escolhidos como melhores pela Great Wine Capitals.

Tabela 8: Caracterização da oferta enoturística das adegas.

Local enoturístico	Região	Atrações Turísticas	Características
Bodegas Dinastia Vivanco	Rioja	Arte e cultura	- Castelo medieval com quartos.
Bodegas Ostatu	Rioja	Prática de enoturismo sustentável	- Certificado de emissão de carbono neutro. - Pioneiros na inovação e práticas ambientais.
Gourmet Echapresto S.L.Venta de Moncalvillo	Rioja	Restaurantes	- Uma estrela no guia Michelin. - Provas e conferências.
Grupo Empresarial Criteria - Calado - S.L	Rioja	Cultura e paisagens	- Adega situada num edifício do século 14. - Lugar histórico. - Eventos e encontros feitos no local.
Hotel Viura	Rioja	Alojamento	- Hotel 4 estrelas. - Lugar de descanso, lazer e gastronomia. - Localização ideal para percorrer a Rioja.
Pagos de Leza	Rioja	Descoberta e inovação	- Adega onde o visitante se pode informar sobre o mundo dos vinhos. - Associação de tradição e inovação. - Almoços, Jogos a volta da degustação, concertos, desfiles, workshops. - Visitas guiadas com temas.
Pepita Uva	Rioja	Serviços enoturísticos	- Serviços ligados ao enoturismo (a volta do vinho, do artesanato, passeios). - Situado numa aldeia medieval. - Visitas e provas.

Fonte : o autor

Figura 16 : Mapa da região de origem qualificada Rioja



Fonte : www.vinhoedelicias.com

4.2 Estudo comparativo

São muitas as zonas do mundo que encontraram no enoturismo uma forma interessante de desenvolver o meio rural, estabelecendo um modelo de turismo sustentável.

Na tabela seguinte reunimos as regiões estudadas nos capítulos anteriores e fizemos o levantamento dos recursos enoturísticos que cada uma delas tinha, com o objetivo de comparar a região do Dão e as atividades proposta pela mesma com outras regiões enoturísticas do mundo.

Tabela 9 : Comparação da oferta enoturística das regiões vitivinícolas.

Regiões vitivinícolas	Portugal (Região do Dão)	França (Região de Bordeaux)	Espanha (região da Rioja)	Italia (Região de florença)
Oferta enoturística	- Provas de vinhos	- Provas de vinhos	- Património histórico (castelos medievais, edifícios do século 14)	- Visitas temáticas nas adegas
	- Visita as adegas	- Visitas guiadas	- Restaurantes com estrelas no Guia Michelin	- Pontos multimédia
	- Rota dos vinhos Dão	- Alojamento nas quintas	- Provas de vinhos	- Património histórico com casas datando do renascimento.
	- Lojas de vinhos	- Exposições culturais e à volta do vinho	- Eventos e workshops nos locais vitivinícolas	- Provas de vinhos e eventos a volta do mesmo
	- Alojamento nas quintas	- Agricultura biológica	- Visitas guiadas com temas	- Cozinha de qualidade e tradicional
		- Participação aos trabalhos da vinha	- Museus (sobre cultura e sobre vinhos)	- Lojas de vinhos
		-Museus	- Plataformas temáticas	- Alojamento nas quintas
		- Património histórico	- Desporto nos vinhedos	- Práticas ecológicas e sustentáveis nas quintas

Oferta enoturística (continuação)		- Acolhimento pelos profissionais dos vinhos	- Turismo rural (com alojamento)	- Rotas dos vinhos
		Rota dos vinhos	- Artesanato	
		- Encontros musicais		
		- Visitas dos vinhedos de forma original (cavalo, jipe, pedestre...)		
		- Instalações hípias nas quintas		
		- Enofolias		

Fonte : o autor

Com esta tabela podemos salientar que nas regiões de Bordéus, Rioja e Toscana, os turistas vão aos destinos para descobrir os vinhos e vinhedos. Mas também estão interessados em descobrir a gastronomia e *terroir* das regiões, o património arquitetural e cultural (presença dos museus), o património natural (paisagens), e praticar passeios pedestres o de bicicleta.

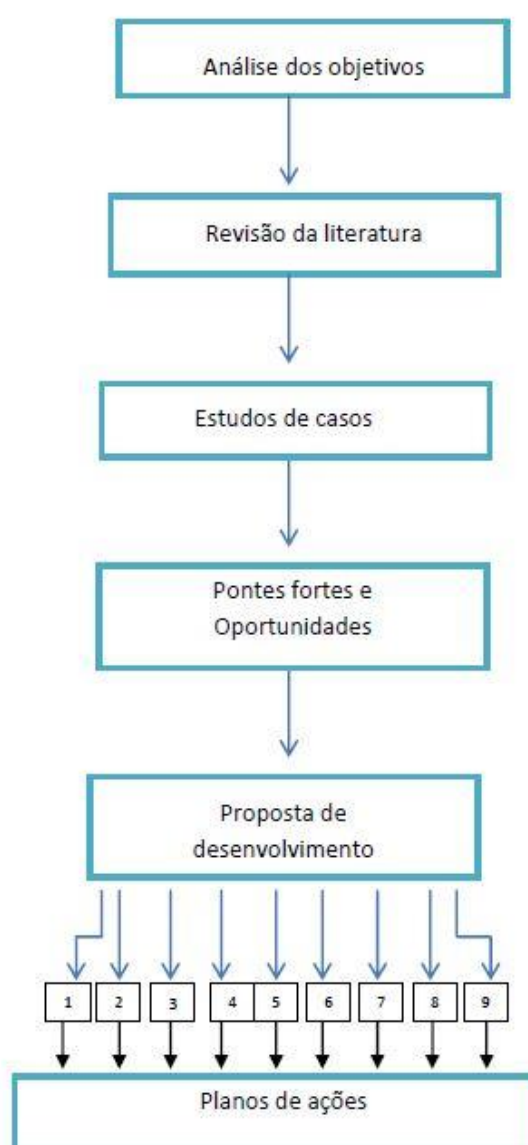
Conseguimos também perceber as debilidades que apresenta a região do Dão na prática do enoturismo. Efetivamente em comparação com as outras regiões, a oferta enoturística que propõem o Dão é muito simples (provas de vinhos, alojamentos). A região já dispõe de uma ferramenta que tem de desenvolver que é a Rota dos vinhos do Dão. Pois como visto anteriormente são poucas as adegas e quintas aderentes em comparação com as existentes na região. As outras regiões estudadas, já estão bem presentes nos meios de comunicação (internet, redes sociais...).

Capítulo V – Proposta de desenvolvimento de Enoturismo para a Região do Dão

5.1 Proposta de desenvolvimento

5.1.1 Estrutura da proposta

Figura 17 : Estrutura da proposta



Fonte : o autor

5.2 Análise dos objetivos

Ao longo deste projeto estudou-se o enoturismo para perceber se é realmente um fator de alavanca para a região do Dão. Conseguiu-se entender que este novo conceito turístico é capaz de dinamizar a região e criar uma internacionalização da mesma. Verificaram-se alguns dos recursos que possuem as adegas e quintas da região. Assim foi possível analisar as debilidades da mesma quanto à diversidade e desenvolvimento deste produto turístico. Com o estudo da Rota, vimos que a região tem potenciais culturais, patrimoniais, arqueológicos e gastronómicos mas ainda pouco desenvolvidos por causa da Rota ser mal definida.

5.3 Revisão da literatura

Como resulta da revisão da literatura, o enoturismo é uma atividade económica em crescimento a nível mundial. Dos resultados da investigação realizada conclui-se que o Dão dispõe de características para o desenvolvimento do enoturismo e um potencial para fazer desta atividade um instrumento efetivo de desenvolvimento da região: o produto vinho, enraizado na tradição e modo de vida na região mas, também, um património natural, histórico e cultural de características únicas e diferenciadoras. Apesar da qualidade de alguns equipamentos existentes e do potencial do Dão para o enoturismo, este constitui, ainda, uma atividade económica embrionária sendo muitos os desafios que importa ultrapassar.

Efetivamente verificou-se anteriormente que o enoturismo na região do centro apresenta alguns problemas como, a falta, de flexibilidade de horários das adegas, de visão das mesmas por causa da sinalização, de transportes públicos e distância entre elas

e ainda a escassez de promoção. Torna-se portanto interessante pensar num projeto inovador para esta região vitivinícola do Dão considerando os aspetos acima apresentados.

5.4 Estudos de caso

Na comparação feita acima nesta investigação com outros destinos de enoturismo como a Itália, França e Espanha confirma-se a importância do enoturismo para o desenvolvimento regional dos países. Tal importância incide não apenas em termos estritamente económicos, mas também enquanto fator de valorização territorial. De uma perspectiva económica, a importância do enoturismo tem como premissa a diversificação e ampliação da base económica regional, a captação de novos investimentos e a atração de turistas.

Em termos de valorização territorial é de referir o seu contributo na valorização e preservação do património histórico e cultural, na criação de emprego, na revitalização do tecido social de zonas deprimidas, na fixação de populações, na melhoria de infra-estruturas e serviços, ou na valorização de produtos regionais como a gastronomia e vinhos.

É de notar que nem tudo o que funciona em outros países ou regiões é ajustável ao Dão. Cada uma das três regiões visitadas possui condicionantes naturais ou humanas específicas que não são adaptáveis a qualquer outra região do mundo. Não só pelas formas de associação e cooperação, como pela oferta cultural forte, pelo clima, pela arquitetura entre outras muitas variantes que condicionam a escolha de um destino turístico.

O que sim é comum a estas regiões de sucesso é a qualidade de serviço, a distinção geral da oferta, a consistência de valores em cada produtor, a sustentabilidade e a racionalidade da oferta (Sociedade Portuguesa de inovação, 2007).

5.5 Pontos Fortes e Oportunidades da região do Dão para o Enoturismo.

5.5.1 Pontes Fortes

Durante toda esta investigação conseguimos perceber quais os pontos fortes e oportunidades da região do Dão para o Enoturismo.

O primeiro ponto forte, a localização. O território do Dão possui uma localização privilegiada na região Centro, ocupando uma posição de charneira entre o Centro Litoral e a Europa (Espanha). As ligações Litoral-Espanha, pelo IP5-A25 e norte sul pelo IP3-A24 atribuem ao território um posicionamento estratégico e facilitam o estabelecimento de relações comerciais e financeiras com o exterior.

O segundo ponto forte é a cidade de Viseu. É o centro gravitacional de todo o território da região do Dão. O território tem acesso nesta cidade a um vasto conjunto de serviços e infraestruturas. Mas a região também tem proximidade com as cidades do Porto, Aveiro e Coimbra onde a aposta em IDI é elevada.

Depois destacamos a qualidade de vida e segurança, efetivamente existe um espírito de comunidade e segurança nesta cidade. Existe também uma rede de vilas e aldeias no seu raio de influência, que fazem com que seja possível ter um acesso privilegiado a vários serviços e equipamentos.

Logo, verifica-se como ponto forte da região, a oferta educativa. Os municípios e a cidade de Viseu apresentam um número significativo de instituições, com oferta em todos os níveis de ensino. A diversidade de formação profissional, bem como de nível

superior é uma mais-valia para o território, uma vez que possibilita a formação de técnicos e garante assim uma qualidade de serviço nos setores estruturantes da base económica local (Sociedade Portuguesa de inovação, 2007).

Também temos como ponte forte, a diversidade de produtos endógenos de qualidade como, o vinho do Dão (DOC), a maçã Bravo de Esmolfe (DOP), a vitela de Lafões (IGP) e o cabrito da Gralheira (IGP). Que é um recurso muito atrativo para o enoturismo.

Por fim salientam-se, os valores patrimoniais e o termalismo. As estâncias termais existentes na região (São Pedro do Sul e Alcafache), poderão funcionar como complemento da atividade enoturística, potenciando assim, o desenvolvimento turístico, atraindo uma larga faixa de visitantes. Realça-se ainda a diversidade do património arquitetónico tal como a Igreja Matriz de Nelas, sem esquecer também a Igreja Matriz de Oliveira do Conde, interessante monumento de influência gótica. Em Cabanas de Viriato, mais uma freguesia de Carregal do Sal, típica vila serrana, pode-se encontrar em reconstrução o palacete de Aristides De Sousa Mendes, conhecido Cônsul de Portugal em Bordéus, que, em 1940, concedeu a milhares de pessoas que fugiam ao regime nazi vistos como autoridade de Portugal. Estando em Tondela é de todo interesse a visita à Igreja do Carmo, datada do século XVIII.

Na cidade de Viseu, é importante visitar o Museu Grão Vasco, bem como o edifício da Sé Catedral, que remonta ao século XIII e defronte a Igreja da Misericórdia com a sua fachada ao estilo rococó. Deambule pelas ruas da parte antiga da cidade, descubra as Janelas Manuelinas e disfrute das típicas lojas de teto baixo características da cidade (Sociedade Portuguesa de inovação, 2007).

5.5.2 Oportunidades

Importa também identificar os condicionalismos externos que influenciam positivamente o desenvolvimento do território, ou seja, as respetivas oportunidades.

Primeiro, as necessidades dos consumidores orientam-se cada vez mais para os produtos diferenciados e inovadores. A diferenciação é um fator de atratividade para os consumidores em qualquer setor, desde o turismo ao agroalimentar. O mercado dos produtos da terra, da agricultura biológica e a investigação ligada a sua valorização (potenciais utilizações, propriedades medicinais, nutricionismo e alimentos) encontram-se em desenvolvimento em todo o mundo. No território do Dão, a existência de vários produtos de qualidade são a prova de que é possível explorar este caminho.

Depois confirma-se um crescimento notável da procura pelo turismo ambiental. E o enoturismo é um fator decisivo nas deslocações dos visitantes a região do Dão.

Destaca-se também a cooperação transfronteiriça. A proximidade da região a Espanha, sobretudo com o encurtar da distância-tempo, permite o estabelecimento de relações de cooperação entre empresas de ambas as regiões. Atualmente, é ainda muito limitado o intercâmbio entre estas, havendo poucas relações formais estabelecidas. O Norte de Espanha é encarado principalmente como uma ameaça e não como uma oportunidade, apesar de constituir um mercado consumidor de considerável dimensão, face a realidade portuguesa. Para além de empresas, a cooperação pode ser estabelecida aos mais diferentes níveis como por exemplo a nível do ambiente, energia, comunidades científicas e estudantes.

Por fim é de salientar a aposta de algumas instituições nos produtores da região e no desenvolvimento das cooperações, sem esquecer o potencial das redes sociais.

5.6 Planos de ações

Tendo em conta os dados recolhidos ao longo da presente investigação resulta possível e, eventualmente, útil, apresentar um conjunto de recomendações relativas ao desenvolvimento do Dão como destino de enoturismo bem como às áreas e temas de investigação que parece útil incentivar e apoiar, no futuro.

Num primeiro tempo tem de se aprofundar o conhecimento da oferta atual e potencial. É indispensável um levantamento, rigoroso e global, da oferta enoturística na região viseense, seja ao nível da oferta diretamente ligada ao vinho, seja ao nível de outros produtos turísticos e da oferta complementar. Temos de perceber que balanço fazem dessa atividade, que sugerem quanto as necessidades futuras, ou, ainda, estudar os impactos do enoturismo na criação de emprego, de novas atividades ou na venda direta ou “*a posteriori*” da visita ao destino de enoturismo.

Depois será importante perceber a diversificação da oferta. Da análise efetuada sobre a oferta já existente, verifica-se a existência de uma base diversificada de recursos e atributos que não estão ainda devidamente explorados na ótica do enoturismo. Daí parecer-nos ser possível e aconselhável a agregação de produtos que utilize esta base existente, nomeadamente pela oferta de circuitos temáticos que associem o vinho a outros recursos de interesse turístico. E assim se poderão resolver problemáticas gerais como a questão dos transportes (os turistas não gostam de conduzir após as provas e estão de férias, portanto querem relaxar). Seria neste sentido interessante promover parcerias com as agências de transportes (charrete, autocarros, tuc-tuc) ou outros meios alternativos. Depois, quanto a presença da “família”, será importante referir que o enoturismo é mais difícil de praticar com crianças, pelo que se torna necessário proporcionar atividades para os mais novos. Podem ser, por exemplo, atividades na natureza, desporto ou ainda

atividades balneares. Também se lhes pode apresentar visitas educativas às adegas. Igualmente, não deve ser esquecido o público feminino, pois verifica-se que as mulheres mostram-se cada vez mais interessadas nas estadias enoturísticas. Deve-se então pensar em produtos para umas “férias entre amigas”.

Num terceiro tempo deverá ser melhorada a oferta de eventos. Os eventos em torno do vinho são um fator de atração de turistas e projeção da região e dos seus vinhos, pelo que torna necessário o estudo do impacto dos eventos atualmente realizados, sua coordenação e melhoria, bem como dos que seria útil desenvolver no futuro. A criação de um grande evento anual em torno do vinho é potencialmente útil se assente numa componente cultural ou/e artística, como por exemplo, um concerto de artistas reputados mundialmente, uma exposição de arte de grande qualidade ou, ainda, semanas temáticas em torno do vinho, da gastronomia, artesanato e folclore regional. Há também que promover, de forma continuada e regular, eventos mais pequenos, a nível da região e das adegas ou quintas para tornar a experiência vivida mais enriquecedora para o turista/visitante.

A isso teremos de associar um ponto muito importante que é a informação e mediatização. Pois são facilitadoras da escolha, já que os turistas esperam uma mediatização das ofertas e um bom guia (guias turísticos, revistas, packs, posto de turismo ou ainda internet.). A promoção do enoturismo deverá ser feita tanto no mercado interno como nos mercados externos. Nestes aproveitando a presença da região nas feiras de turismo mas também nas feiras de vinhos, fazendo promoção nas revistas de vinhos, turismo. Ainda neste domínio, é aconselhável uma maior utilização das TICs e das Redes Sociais como os blogues e o twitter. Pelo que sugerimos por exemplo, a criação de um sítio e de um blog do enoturismo do Dão abrindo espaço à participação de profissionais,

visitantes e outros interessados no tema e, ao mesmo tempo, servindo de instrumento de informação e de promoção. Deve ainda ser ponderada a disponibilização de um mapa interativo para telemóveis com informação sobre o enoturismo. Também necessária a modernização do link da Rota dos vinhos se possível para uma versão mais atrativa, interativa e mais completa, possibilitando, por exemplo, a marcação de mesa num restaurante ou a reserva de quarto num hotel.

Logo, as parcerias poderão ser muito importantes. Isto é, trabalhar com operadores turísticos nacionais e, sobretudo estrangeiros, para integrarem “pacotes” de enoturismo no Dão na sua oferta. Trata-se de uma atividade que implica custos, às vezes avultados, mas onde as sinergias entre as várias entidades, públicas e privadas, podem funcionar com resultados positivos, aumentando o número de turistas, a duração da estadia e oferecendo pacotes ao longo do ano, o que pode igualmente contribuir para reduzir a sazonalidade.

Não podemos esquecer A Rota dos Vinhos. É uma estrutura essencial do enoturismo pelo que importa estudar o seu papel atual e potencial na atração de turistas, na coordenação dos seus aderentes, ou na promoção e divulgação da oferta enoturística, incluindo a combinação dos recursos diretamente relacionados com o vinho e recursos de âmbito cultural, histórico e patrimonial. A Rota dos Vinhos do Dão tem um potencial que está longe de aproveitado e um trabalho sistemático de divulgação do seu papel e dos serviços que presta seria útil. Parece ainda que deveria ser reforçada a sinergia possível das duas áreas (vinho e turismo) no que se refere aos serviços e informações que presta aos visitantes. Refazer e reestruturar a Rota parece então imprescindível para o bom desenvolvimento do enoturismo na região.

Vimos anteriormente que várias das adegas que integram a Rota têm horários de funcionamento pouco flexíveis e muitas delas, só aceitam visitas com marcação prévia. Do mesmo modo, os horários de outros equipamentos (monumentos, lojas) deveria ser revisto, de forma a que estejam acessíveis o maior tempo possível, incluindo o fim-de-semana. Por exemplo, escalando o pessoal, para que à hora do almoço não fechem como acontece em alguns casos.

Outro plano de ação a ter em conta é a melhoria da sinalética existente. Trata-se de um elemento essencial para a orientação e atração dos visitantes bem como para a imagem da região, pelo que há que melhorar a sinalética existente.

A simpatia no atendimento dos recursos humanos nos diversos equipamentos deve ser complementada com os conhecimentos técnicos adequados sobre vinhos, história e cultura da região. Do mesmo modo, o escasso conhecimento de línguas estrangeira de muitos dos profissionais do enoturismo é uma lacuna a combater. A comunicação direta com os visitantes e turistas estrangeiros é crucial para os atrair e orientar pelo que é aconselhável que o atendimento possa ser feito, pelo menos, em inglês, francês e espanhol. Nesse sentido recomenda-se a colaboração com os institutos de línguas e politécnico de Viseu.

Capítulo VI – Limitações ao estudo, propostas para investigações futuras e conclusão.

6.1 Limitações ao estudo

Como qualquer investigação, esta também teve limitações. Estas são fruto de fatores diversos, internos e externos à investigação.

Em primeiro lugar, é ainda reduzida a reflexão e discussão sobre o tema do enoturismo no Dão, seja a nível académico seja a nível empresarial. São escassos os dados estatísticos e os documentos que sistematizem informação sobre esta atividade, o que naturalmente limitou a investigação e reforçou o seu carácter exploratório. Com efeito, a revisão de bibliografia sobre a região do Dão, apresentou-se difícil por ser reduzida.

Durante a investigação, verificou-se uma série de dificuldade em encontrar casos de estudo comparáveis com o Dão, na medida em que o enoturismo estabelecido nos outros países apresentava dimensões muito superiores ao Dão (em termos de abrangência territorial, em termos qualitativos e ainda em termos de número de aderentes).

Dentro deste contexto, esta investigação apresenta limites inerentes aos fatores apresentados.

6.2 Propostas para investigações futuras

Parece importante o estudo e análise das formas de gestão seguidas noutros países e regiões e seus modelos organizativos. Este estudo terá como objetivo não tanto adotar um modelo específico já que cada região ou país é um caso diferente, mas antes recolher dados e informações sobre as diferentes experiências e a partir daí, refletir e discutir sobre as modalidades possíveis, as quais adaptadas à realidade do Dão, possam contribuir para a definição de um modelo de organização para o enoturismo da região.

6.3 Conclusão

O enoturismo, enquanto produto turístico, não deve restringir-se apenas à existência de unidades vitivinícolas com capacidade para receber visitas. Efetivamente, o produto enoturismo e a sua cadeia de valor, serão tanto mais valorizados e rentáveis, quanto melhor se valorizar, proteger e promover a paisagem, a cultura e a tradição vinhateira do território, quanto melhor for a imagem e notoriedade da região vitivinícola e dos seus atributos diferenciadores, integrados num “*mix*” de serviços e equipamentos e ainda quanto melhor esse atributos forem percebidos pelos potenciais visitantes.

O desenvolvimento de um produto turístico, num determinado território, contribui para o seu desenvolvimento económico e valoriza o património, as populações locais, e atrai novos públicos. A criação ou desenvolvimento da Rota dos Vinhos pode ser um mecanismo impulsionador da atividade enoturística da região do Dão, oferecendo aos turistas, experiências várias, relacionadas com este setor de atividade. Importa, portanto, reunir todos os recursos e serviços turísticos ligados, direta ou indiretamente, à cultura do vinho e ao turismo, de forma a construir uma proposta de produto enoturístico integrado e competitivo.

Observou-se ao longo desta investigação, que a vinha e o vinho constituem um património importante, representando para Portugal um dos traços fundamentais da sua identidade cultural. A Região Demarcada do Dão dispõe de características climáticas e culturais favoráveis ao desenvolvimento desta atividade. O enoturismo, apesar de ainda se apresentar como atividade emergente, constitui um inovador produto turístico onde a atividade vitivinícola e o turismo aparecem integrados de modo harmonioso, permitindo divulgar as potencialidades das regiões vitivinícolas e o seu aproveitamento turístico. Esta atividade turística, pode contribuir decisivamente para o crescimento do turismo, no destino através da atração de visitantes com um interesse no vinho, criando desta forma,

uma nova procura por um país ou região onde a gastronomia e o vinho são elementos essenciais da imagem dessa mesma região.

Constatou-se, anteriormente, que esta atividade favorece o setor vitivinícola, a região e a comunidade local. Efetivamente com o enoturismo verifica-se um aumento das vendas de vinho, uma atração de novos segmentos turísticos, o aumento do número de visitantes no destino e o desenvolvimento de uma imagem distintiva da região.

É um setor que apresenta várias lacunas, na região do Dão, destacando-se a insuficiência de infraestruturas, equipamentos e serviços turísticos e a fraca preparação dos diversos intervenientes. No que diz respeito às Rotas de Vinhos, a ausência de um padrão e uniformidade em Portugal será o principal defeito, o que não permite ao setor competir com outras regiões.

Para desenvolver uma atividade enoturística sustentável na região do Dão, dever-se-á ter em conta aspetos importantes. O primeiro será reunir todos os operadores implicados (quintas, adegas, meios de alojamento, restauração, associações culturais e desportivas e a administração pública). Outro aspeto importante, será a colaboração entre iniciativas privadas e administrativas. Só assim o enoturismo deixará de ser uma simples forma de turismo associado ao vinho um ponto essencial para a promoção de um território a fim de o desenvolver e o internacionalizar.

Bibliografia

- Atout France. (2010). *Stratégie Destination France 2010-2020 et plan Marketing 2010-2015*. France
- Barroco Novais, J., & Antunes, C. (s.d.). *O contributo do enoturismo para o desenvolvimento regional: o caso das rotas dos vinhos*. Viseu: Instituto Politécnico de Viseu.
- Best of Wine Tourism. (2014). *The Awards of excellence*. Great Wine Capitals.
- Carvalho, J. (2007). *Enoturismo Embaixador da marca*. Coimbra: Global Wines.
- Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verde. (2003). *Estudo do Consumidor Português de Vinhos (Julho, 2003 - 1ª Edição)*. Porto: Instituto dos Vinhos do Porto.
- Comissão Vitivinícola Regional do Dão. (20 de maio de 2014). *Documentos da CVRD*. Obtido de Web site da CVRD: <http://www.cvrdao.pt/documentos.asp>
- Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine. (2010). *Les chiffres clés de l'oenotourisme en Aquitaine*. Bordeaux: Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine.
- Costa, A. (2003). *O Enoturismo em Portugal: o caso das rotas do vinho*; 3ª Jornadas Ibéricas de Turismo. Coimbra: Escola Superior de Educação de Coimbra.
- Faugère, C., & Bouzdine-Chameeva, T. (2012). *Oenotourisme, Bordeaux face à cinq autres capitales mondiales du vin*. Bordeaux: Bordeaux Management School, France.
- Getz, D. (2000). *Explore wine Tourism : management, Development & destinations, cognizant communication Corporation*. New York: Cognizant Communication Corp.
- Gomes Marques Perreira, A. (2010). *O justo valor do ativo biológico "A vinha na região demarcada do Dão"*. Viseu: Instituto Politécnico de Viseu.
- Great Wine Capitals. (24 de Maio de 2014). Obtido de Great Wine Capitals: <http://greatwinecapitals.com/>
- Hall, C., SHARPLES, L., CAMBOURNE, B., & MACIONIS. (2000). *Wine Tourism around the World: development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Indira De Sousa, N., & Toscana, B. (2005). *Tourism and education : Two essential bases*. Global Tourism.
- Labruyère, A., Shirmer, R., & Spur, M. (2006). *Les vins de France et du Monde*. Nathan.

- Loureiro & Cardoso. (1993). *Enciclopédia dos vinhos de Portugal*. Lisboa: Publicações S.A.
- OIV. (2013). *Statistical Report on world vitiviniculture*. Paris: Organização Internacional da Vinha e do Vinho.
- Piedade Baeta Caetano, M. (2009). *Flora das vinhas da Região Demarcada do Dão*. Lisboa: Instituto Superior de Agronomia, Universidade Técnica de Lisboa.
- Pinto Campos, A. (2012). *O Alvarinho como produto impulsor do enoturismo em Monção*. Minho: Universidade do Minho.
- Pizam, A. (1994). *Planning a tourism research investigation*. Florida.
- Sociedade Portuguesa de inovação. (2007). *Território de Dão, Lafões e Alto Paiva perspectivas de desenvolvimento*. Coimbra
- Turismo de Portugal. (2006). *10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do Turismo em Portugal : Touring Cultural e Paisagístico*. Lisboa: Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal. (2006). *Gastronomia e vinhos : 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal. (2011). *Ação de sensibilização : enoturismo, produto estratégico para Portugal*. Turismo de Portugal.
- Universidade de Huelva. (26 de Julho de 2014). *Gastronomia para los negocios*. Obtido de <http://www.uhu.es>
- Vin Vignes. (28 de Abril de 2014). *Guide des vins et des vignes de France*. Obtido de Vin Vignes: <http://www.vin-vigne.com/vignoble/vin-bordeaux.html>
- Vinitur. (2009). *Reunião técnica sobre o enoturismo em Portugal*. Turismo de Portugal.
- Vins du Monde. (24 de Maio de 2014). Obtido de <http://www.vinsdumonde.com/fr>

Anexos

Anexo A

Adega Cooperativa de Mangualde	Quinta do Sobral - Engarraçamento e Comercialização de Vinhos, Lda	Empreendimentos Turísticos Montebelo - Soc. de Turismo e Recreio, S.A.
Adega Cooperativa de São Paio, CRL	Quinta dos Garnachos, Unipessoal, Lda	Empresa Vinícola Vilanovense, Lda
Adega Cooperativa de Silgueiros	Quinta dos Penassais	Enoport - Produção de Bebidas, S.A.
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem	Quinta dos Roques	Falua - Sociedade de Vinhos
Adega de Penalva	Quinta Solar do Arcediago	Fernando Augusto Aires
Agriema, Lda	Quintas Aliança - Dão, sociedade Agrícola, S.A.	Ferreira Malaquias, Lda
Alberto António da Rocha Oliveira Pinto	QVE - Sociedade Agrícola de Silgueiros, SA	Fontes da Cunha consultadoria Estudos e Gestão, SA
Alberto de Oliveira Pinto	Raquel Camargo Mendes Ferreira	Goanvi-Central Engarraçamento de Bebidas, Lda
Alberto Fernando Mouraz Alexandre	Restaurante Martelo Vinhos Curral da Burra, Lda	H.J.M.L. - Vinhos e Consultoria, Lda
Aliança Vinhos de Portugal SA	Rui Reguinga Enologia Unipessoal	Jaime de Almeida Barros, Lda
António Canto Moniz Unipessoal, Lda	Seacampo-Sociedade Agrícola	João Coelho Gouveia
António Henriques de Almeida e Costa	Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Jorge Almeida Ferreira dos Reis
António Lopes Ribeiro, Wines	Sociedade Agrícola Casa Aranda, Lda	José Maria da Fonseca - Vinhos, SA
António Pais	Sociedade Agrícola de Santar	Juliano Almeida Nunes Bento
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola	Sociedade Agrícola do Casal de Tonda, S.A.	Ladeira da Santa, Lda
Asta Régia - Vinhos de Portugal, S.A.	Sociedade Agrícola do Castro de Pena Alba, S.A.	Maria Rosa Marques Martins Borges
Caminhos Cruzados, Lda	Sociedade Agrícola do Margarido	Nuno Miguel Bico Rodrigues de Matos
Carlos Alberto Lucas Graça	Sociedade Agrícola e Comercial dos Vinhos Messias, S.A.	O Abrigo da Passarela
Carlos Alexandre Godinho Gomes	Sociedade Agrícola Faldas da Serra	Paço de Santar - Vinhos do Dão, SA
Carvalhão Torto - Sociedade de Vinhos, Unipessoal, Lda	Goanvi-Central Engarraçamento de Bebidas, Lda	Passarela - Sociedade do Dão, Lda
Casa de Cello - Gestão Rural, Lda	H.J.M.L. - Vinhos e Consultoria, Lda	Pedro Alberto Paraíso de Almeida

ENOTURISMO : FATOR DE DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO DO DÃO

Casa de Vilar de Ordem, Lda	Jaime de Almeida Barros, Lda	Pedro Gouveia Melo Borges da Gama
Casca Wines - Produção e Comercialização de Vinhos, Lda	João Coelho Gouveia	Peter Viktor Eckert
Caves Alto Viso - Vinícola do Passadouro, Lda	Jorge Almeida Ferreira dos Reis	Quinta da Bica - Sociedade Agrícola, Lda
Caves Arcos do Rei, Lda	José Maria da Fonseca - Vinhos, SA	Quinta da Fata - Agricultura e Turismo
Caves Avelar, Lda	Juliano Almeida Nunes Bento	Quinta da Nespereira - Sociedade Agrícola, SA
Caves Campelo, S.A.	Ladeira da Santa, Lda	Quinta da Pellada, Unipessoal, Lda
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Lusovini - Distribuição, Lda	Quinta da Penseira S.A.
Caves do Barroco, Lda	Madre de Água, Lda	Quinta da Rebôtea, Lda
Caves do Casalinho, SA	Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Quinta de Lemos - Produção e Comércio de Vinhos, S.A.
Caves Alto Viso - Vinícola do Passadouro, Lda	Caves São João - Sociedade dos Vinhos Irmãos Unidos, Lda	Quinta do Escudial Vinhos, Lda
Caves Arcos do Rei, Lda	Caves Vinícolas Martinho Alves - Produção e Comércio de Vinhos, S.A.	Quinta do Perdigão Sociedade Unipessoal Lda
Caves do Solar de São Domingos, SA	Caves Primavera, SA	CESCE - Sociedade Agrícola - ETCA
Chão de São Francisco - Soc. Vit.e Turismo Rural Lda.	CM Wines Sociedade Vinícola, Lda	Cruz & Cia, Lda
D.F.J. Vinhos, Lda	Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Dario Manuel Costa Pereira Melo
Edivin - vinhos S.A.	Empreendimentos Turísticos Montebelo - Soc. de Turismo e Recreio, S.A.	Falua - Sociedade de Vinhos
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Empresa Vinícola Vilanovense, Lda	Fernando Augusto Aires
Fontes da Cunha consultadoria Estudos e Gestão, SA	Ferreira Malaquias, Lda	Manuel dos Santos Campolargo - Cabeça de Casal da Herança de
Maria Alcide Tavares Marques	Maria de Lourdes Mendes Oliva Nunes Albuquerque Osório	

Anexo B

N.º 259 — 5-11-1993

DIÁRIO DA REPÚBLICA — 1 SÉRIE-A

6207

Alenquer

Concelho	Freguesia	Referência
Alenquer	Abrigada	1
	Aldeia Galega da Merceana (*)	2
	Aldeia Gavinha	3
	Cabanas de Torres (*)	4
	Cadafais (*)	5
	Carnota (*)	6
	Meca	7
	Olhalvo	8
	Ota	9
	Pereiro de Palhacana	10
	Ribafria	11
	Santo Estêvão (*)	12
	Triana (*)	13
	Ventosa	14
	Vila Verde dos Francos (*)	15

(*) Apenas parte da freguesia.

Arruda

Concelho	Freguesia	Referência
Arruda dos Vinhos	Arranhó	1
	Arruda dos Vinhos	2
	Cardosas	3
	Santiago dos Velhos	4
	Santo Quintino (*)	5
Sobral de Monte Agraço	Cachoeiras (*)	6
Vila Franca de Xira	Calhandriz (*)	7
	São João dos Montes (*)	8

(*) Apenas parte da freguesia.

Torres Vedras

Concelho	Freguesia	Referência
Mafra	Azueira	1
	Encarnação (*)	2
	Enxara do Bispo (*)	3
	Gradil (*)	4
	Santo Isidoro (*)	5
Sobral de Monte Agraço	Sobral da Abelheira (*)	6
	Vila Franca do Rosário (*)	7
	Santo Quintino (*)	8
	São Salvador (*)	9
	Sapataria (*)	10
Torres Vedras	A dos Cunhados (*)	11
	Campelos (*)	12
	Carvoeira (*)	13
	Dois Portos (*)	14
	Freiria (*)	15
	Matacães (*)	16
	Maxial (*)	17
	Monte Redondo (*)	18
	Ponte de Rol (*)	19
	Ramahal (*)	20
	Runa	21
	Santa Maria do Castelo (*)	22
	São Domingos de Carmões	23
	São Mamede da Ventosa (*)	24
	São Miguel (*)	25
	São Pedro da Cadeira (*)	26
	São Pedro e Santiago (*)	27
	Silveira (*)	28
	Turcifal (*)	29

(*) Apenas parte da freguesia.

Decreto-Lei n.º 376/93

de 5 de Novembro

Os vinhos produzidos na região do Dão desfrutam de renome já secular, tendo a sua tipicidade sido legalmente reconhecida pela Carta de Lei de 18 de Setembro de 1908, que delimitou a sua área de produção, e, posteriormente, pelo Decreto de 25 de Maio de 1910, que regulamentou a sua produção e comercialização.

Essa legislação sofreu, entretanto, uma natural evolução e mesmo alterações diversas, justificando-se que seja agora reunida num único diploma, por forma a adequá-la à nomenclatura comunitária relativa aos vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas e a dar-se, igualmente, cumprimento ao disposto na Lei n.º 8/85, de 4 de Junho.

Tendo também em consideração a tradicional vocação dos vinhos da Região Demarcada do Dão para a elaboração de espumantes naturais, são, desde já, definidos os termos em que estes poderão usufruir da respectiva denominação de origem.

Na elaboração do presente diploma participaram o Instituto da Vinha e do Vinho e a Comissão Vitivinícola Regional do Dão — Federação dos Vinicultores do Dão.

Assim:

No desenvolvimento do regime jurídico estabelecido pela Lei n.º 8/85, de 4 de Junho, e nos termos das alíneas a) e c) do n.º 1 do artigo 201.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

Artigo 1.º É aprovado o Estatuto da Região Vitivinícola do Dão, anexo ao presente diploma e que dele faz parte integrante.

Art. 2.º — 1 — Compete à Comissão Vitivinícola Regional do Dão — Federação dos Vinicultores do Dão (CVRD — FVD) disciplinar a produção dos vinhos com direito à denominação a que se refere o Estatuto mencionado no artigo 1.º, a aplicação da respectiva regulamentação, a vigilância pelo cumprimento da mesma, bem como o fomento da qualidade e a promoção dos vinhos que beneficiem daquela denominação.

2 — Compete à CVRD — FVD realizar vistorias e proceder à colheita de amostras em armazéns ou instalações de vinificação e selagem dos produtos, podendo ainda ter acesso a toda a documentação que permita verificar a obediência aos preceitos comunitários e nacionais relativos aos produtos vinicos da região com direito à denominação de origem «Dão».

3 — Em caso de infracção ao disposto no Estatuto anexo, pode a CVRD — FVD proceder disciplinarmente em relação aos agentes económicos nela inscritos, de acordo com o estatuido no seu regulamento interno, sem prejuízo de a infracção poder ser configurada como crime ou contra-ordenação.

Art. 3.º — 1 — Os vinhos produzidos no interior da Região Demarcada do Dão ficam sujeitos às taxas previstas na lei.

2 — Das receitas legalmente afectas à CVRD — FVD, relativas aos vinhos com direito à denominação de origem «Dão», é deduzida uma percentagem, a fixar por portaria do Ministro da Agricultura, que constitui receita do Instituto da Vinha e do Vinho (IVV).

3 — Das receitas legais do IVV, relativas aos vinhos e outros produtos vinicos sem direito a denominação

de origem, mas em relação aos quais a CVRD — FVD preste serviços, nos termos do artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 102/93, de 2 de Abril, o IVV deverá celebrar um protocolo com a CVRD — FVD que defina as modalidades dos serviços a prestar, bem como a contrapartida a atribuir a esta entidade.

Art. 4.º A CVRD — FVD está subordinada à tutela do Ministro da Agricultura, ao qual compete:

- a) Dirigir instruções no âmbito da política vitivinícola;
- b) Solicitar quaisquer informações ou ordenar inspecções e inquéritos ao seu funcionamento;
- c) Apreciar o orçamento e contas de exercício.

Art. 5.º São revogados:

- a) O Decreto-Lei n.º 24 516, de 28 de Setembro de 1934, o Decreto n.º 24 642, de 10 de Novembro de 1934, o Decreto n.º 25 137, de 16 de Março de 1935, a Portaria n.º 8078, de 13 de Abril de 1935, o Decreto-Lei n.º 32 274 e o Decreto n.º 32 275, ambos de 19 de Setembro de 1942, a Portaria n.º 720/71, de 23 de Dezembro, o Decreto-Lei n.º 235/78, de 17 de Agosto, e a Portaria n.º 269/84, de 28 de Abril;
- b) A parte dos Decretos-Leis n.ºs 43 550, de 21 de Março de 1961, 47 966, de 27 de Setembro de 1967, e 321-A/86, de 25 de Setembro, que afecta à Federação dos Vinicultores do Dão o produto de taxas incidentes sobre vinhos e produtos vinicos sem direito a denominação de origem;
- c) A parte da Portaria n.º 195/85, de 10 de Abril, que se refere aos vinhos da Região Demarcada do Dão.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 16 de Setembro de 1993. — *Aníbal António Cavaco Silva* — *Arlindo Marques da Cunha*.

Promulgado em 12 de Outubro de 1993.

Publique-se.

O Presidente da República, MÁRIO SOARES.

Referendado em 14 de Outubro de 1993.

O Primeiro-Ministro, *Aníbal António Cavaco Silva*.

Estatuto da Região Vitivinícola do Dão

CAPÍTULO I

Disposições gerais relativas à região e aos vinhos de denominação de origem controlada

Artigo 1.º

Denominações protegidas

1 — É confirmada como denominação de origem controlada (DOC) a denominação «Dão» de que podem usufruir os vinhos tintos, rosados e brancos produzidos na região vitivinícola tradicionalmente designada «Região Demarcada do Dão», a que se refere o artigo 2.º, que satisfaçam os requisitos estabelecidos neste Estatuto e na demais legislação aplicável, integrando-se na categoria dos vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas (VQPRD) da nomenclatura comunitária.

2 — São protegidas as denominações das sub-regiões referidas no n.º 2 do artigo 2.º, que podem ser utilizadas em complemento da

denominação de origem «Dão», quando os respectivos vinhos forem obtidos com a utilização exclusiva de uvas produzidas e vinificadas naquelas áreas, fiquem sujeitos a registos específicos e apresentem as características químicas e organolépticas a definir pela Comissão Vitivinícola Regional do Dão — Federação dos Vinicultores do Dão (CVRD — FVD).

3 — Em relação aos vinhos tintos e brancos DOC Dão, cuja produção, elaboração e engarrafamento satisfaçam os requisitos específicos a que se referem o n.º 2 do artigo 4.º e o n.º 1 do artigo 11.º, a denominação «Dão» poderá ser utilizada em associação com a menção «Nobre».

4 — Quanto aos vinhos tintos DOC Dão, poderá também ser utilizada em associação com a denominação «Dão» a menção «Novo», desde que a sua produção, elaboração e engarrafamento satisfaçam igualmente os requisitos específicos referidos no n.º 2 do artigo 11.º

5 — Os vinhos espumantes naturais produzidos na região podem usufruir da denominação de origem controlada Dão, integrando-se na categoria dos vinhos espumantes de qualidade produzidos em regiões determinadas (VEQPRD) da nomenclatura comunitária, nos termos do artigo 12.º do presente Estatuto.

6 — Fica proibida a utilização em outros produtos de origem vinica de nomes, marcas, termos, expressões ou símbolos susceptíveis de, pela sua similitude gráfica ou fonética com os protegidos no presente Estatuto, induzirem em erro o consumidor, mesmo que precedidos dos termos «tipo», «estilo» e outros análogos.

7 — Fica igualmente proibida a referência explícita, na rotulagem de produtos vinicos que não sejam originários da região demarcada, dos nomes dos seguintes municípios da região:

Aguar da Beira, Arganil, Carregal do Sal, Fornos de Algodres, Gouveia, Mangualde, Mortágua, Nelas, Oliveira do Hospital, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, Sátão, Seia, Tábua, Tondela e Viseu.

Artigo 2.º

Delimitação da região e sub-regiões de produção

1 — A área da Região Demarcada do Dão, conforme representação cartográfica em anexo, na escala de 1:500 000, compreende:

- a) Do distrito de Coimbra, os municípios de Arganil, Oliveira do Hospital e Tábua;
- b) Do distrito da Guarda, os municípios de Aguiar da Beira, Fornos de Algodres, Gouveia e Seia;
- c) Do distrito de Viseu, os municípios de Carregal do Sal, Mangualde, Mortágua, Nelas, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, Sátão, Tondela e, do município de Viseu, as freguesias de Abraveses, Barreiros, Boaldeia, Cavernães, Cepões, Coração de Jesus, Côta, Couto de Baixo, Couto de Cima, Fail, Farminhão, Fragosela, Mundão, Orens, Povolide, Ranhados, Repeses, Rio de Loba, Santa Maria de Viseu, Santos Evos, São Cipriano, São João de Lourosa, São José, São Pedro de France, São Salvador, Silgueiros, Torredeita, Vil de Soito e Vila Chã de Sá.

2 — Na Região Demarcada do Dão são individualizadas as seguintes sub-regiões:

- a) Sub-Região do Alva, constituída pelos municípios de Oliveira do Hospital e Tábua;
- b) Sub-Região de Besteiros, constituída pelos municípios de Mortágua, Santa Comba Dão e, do município de Tondela, as freguesias de Barreiro de Besteiros, Campo de Besteiros, Canas de Santa Maria, Caparrosa, Castelões, Dardavaz, Ferreiros do Dão, Lageosa do Dão, Lobão da Beira, Molelos, Mosteiro de Fráguas, Mouraz, Nandufe, Parada de Gonta, Sabugosa, Santiago de Besteiros, São Miguel do Outeiro, Tonda, Tondela, Tourigo, Vila Nova da Rainha e Vilar de Besteiros;
- c) Sub-Região de Castendo, constituída pelo município de Penalva do Castelo e pelas freguesias de Rio de Moinhos e Silvã de Cima, do município de Sátão;
- d) Sub-Região da Serra da Estrela, constituída pelas freguesias de Arcozelo da Serra, Cativelos, Figueiró da Serra, Freixo da Serra, Lagarinhos, Melo, Moimenta da Serra, Nabais, Nespereira, Paços da Serra, Ribamondego, Rio Torto, São Julião, São Paio, São Pedro, Vila Cortez da Serra, Vila Franca da Serra, Vila Nova de Tazem e Vinhó, do município de Gouveia, e pelas freguesias de Carragosa, Folhadosa, Girabombos, Lages, Paranhos da Beira, Pinhanços, São Martinho, São Romão, Sameice, Sandomil, Santa Comba de Seia, Santa Eulália, Santa Marinha, Santiago, Seia, Torrozeiro, Tourais, Travancinha e Várzea de Meruge, do município de Seia;
- e) Sub-Região de Silgueiros, constituída pelas freguesias de Fragosela, Povolide, São João de Lourosa, Santos Evos e Silgueiros, do município de Viseu;

- f) Sub-Região de Terras de Azurara, constituída pelo município de Mangualde;
g) Sub-Região de Terras de Senhorim, constituída pelos municípios de Carregal do Sal e Nelas.

Artigo 3.º

Solos

As vinhas destinadas à elaboração dos vinhos de qualidade a que se refere o presente Estatuto devem ser instaladas em terrenos predominantemente graníticos com solos litólicos pardos não húmicos e em alguns afloramentos xistosos com solos mediterrânicos pardos não húmicos.

Artigo 4.º

Castas

1 — As castas destinadas à elaboração dos vinhos de denominação de origem Dão são as seguintes:

a) Castas tintas:

i) Recomendadas:

Alfrocheiro-Preto, Alvarelhão, Aragonez (Tinta-Roriz), Bastardo, Jaen, Rufete (Tinta-Pinheira), Tinto-Cão, Touriga-Nacional e Trincadeira-Preta (Tinta-Amarela);

ii) Autorizadas:

Água-Santa, Baga, Camarate (Negro-Mouro), Campanário, Cidreiro, Cornifesto-Tinto (Cornifesto-do-Dão), Malvasia-Preta (Moreto), Marujo (Mourisco), Monvedro, Periquita, Tinta-Carvalha, Touriga-Brasileira (Touriga-Fêmea) e Tourigo (Tourigo-do-Douro);

b) Castas brancas:

i) Recomendadas:

Barcelo, Bical (Borrado-das-Moscas), Cercial, Encruzado, Malvasia-Fina (Arinto-do-Dão), Rabo-de-Ovelha, Terrantez, Uva-Cão e Verdelho.

ii) Autorizadas:

Arinto-de-Trás-os-Montes (Arinto-do-Douro), Assarak, Dona-Branca (Dona-Branca-do-Dão), Douradinha, Esgana-Cão, Fernão-Pires, Jampal, Luzidio, Malvasia-Fina-Roxa (Assario-Roxo), Malvasia-Rei, Siria (Alvadurão-do-Dão), Tamez (Arinto-Gordo) e Verdal.

2 — São ainda consideradas como autorizadas na elaboração dos vinhos DOC Dão as seguintes castas, desde que não ultrapassem 40 % do conjunto:

a) Castas tintas:

Alicante-Bouschet (Tinta-Fina), Cabernet-Sauvignon e Pinot-Tinto;

b) Castas brancas:

Alicante-Branco (Boal-Cachudo), Pinot-Branco e Semillon.

3 — Na elaboração dos vinhos tintos e brancos a comercializar com a denominação de origem «Dão» intimamente associada à menção «Nobre» só poderão ser utilizadas as seguintes castas recomendadas:

a) Castas tintas:

Touriga-Nacional num mínimo de 15 %, Alfrocheiro-Preto, Aragonez (Tinta-Roriz), Jaen e Rufete (Tinta-Pinheira) no conjunto ou em separado, até 85 %;

b) Castas brancas:

Encruzado num mínimo de 15 %, Bical (Borrado-das-Moscas), Cercial, Malvasia-Fina (Arinto-do-Dão) e Verdelho no conjunto ou em separado, até 85 %.

4 — A comercialização dos vinhos de denominação de origem «Dão» com referência a uma ou duas castas só poderá ser feita em relação às recomendadas, com autorização da CVRD — FVD, e tendo em consideração as disposições de âmbito geral aplicáveis.

5 — Todas as replantações ou novas plantações que venham a efectuar-se com vista à obtenção de vinhos com direito à denominação de origem só podem ser efectuadas com castas recomendadas.

Artigo 5.º

Práticas culturais

1 — As vinhas destinadas à elaboração de vinhos com direito à denominação de origem «Dão» devem ser conduzidas em forma baixa e cordão, não podendo a densidade de plantação ser inferior a 3000 plantas por hectare.

2 — As práticas culturais devem ser as de uso tradicional na região ou recomendadas pela CVRD — FVD e pelas direcções regionais de agricultura.

3 — A rega da vinha só pode ser efectuada em condições excepcionais, reconhecidas pelo Instituto da Vinha e do Vinho (IVV) e sob autorização, caso a caso, da CVRD — FVD, a quem incumbe velar pelo cumprimento das normas que vierem a ser definidas.

Artigo 6.º

Inscrição e caracterização de vinhas

1 — As vinhas destinadas aos vinhos com direito à denominação de origem «Dão» devem, a pedido dos interessados, ser inscritas na CVRD — FVD, que verificará se satisfazem os necessários requisitos e procederá ao respectivo cadastro, efectuando ao longo do ano as verificações que entender convenientes.

2 — Sempre que se verifiquem alterações na titularidade ou na constituição das vinhas cadastradas e aprovadas, será do facto dado conhecimento pelos respectivos viticultores à CVRD — FVD, sem o que as uvas das respectivas vinhas não poderão ser utilizadas na elaboração dos vinhos DOC Dão.

Artigo 7.º

Vinificação

1 — Os vinhos DOC Dão devem provir de vinhas com, pelo menos, quatro anos de enxertia e a sua elaboração deve decorrer, conforme os casos, dentro da região ou da respectiva sub-região, em adegas inscritas e aprovadas para o efeito, que ficam sob o controlo da CVRD — FVD.

2 — Na elaboração dos vinhos serão seguidos os métodos de vinificação tradicionais e as práticas e tratamentos enológicos legalmente autorizados, com as particularidades definidas no regulamento interno da CVRD — FVD.

3 — O elemento de precisão clarete pode ser utilizado na rotulagem dos vinhos tintos DOC Dão, desde que estes resultem da curtimenta parcial de uvas tintas ou da curtimenta conjunta de uvas tintas e brancas em que estas últimas não ultrapassem 15 % do total.

4 — Quando tal se justifique e particularmente no caso de na mesma adega serem também elaborados vinhos sem direito à denominação de origem «Dão», a CVRD — FVD estabelecerá no seu regulamento interno as condições em que decorrerá a vinificação, devendo os diferentes vinhos ser conservados em secções separadas, em vasilhas com a devida identificação e onde constem, nomeadamente, as indicações relativas ao volume da vasilha, ao tipo, à espécie e à denominação do vinho contido, bem como ao ano de colheita.

Artigo 8.º

Título alcoométrico volúmico mínimo

Os mostos destinados aos vinhos com direito à denominação de origem controlada Dão devem possuir o seguinte título alcoométrico volúmico mínimo natural em potência:

- a) Vinhos em que a denominação «Dão» é associada à menção «Nobre» — 12 % vol. para os tintos e 11,5 % vol. para os brancos;
b) Vinhos em que a denominação «Dão» é associada à especificação «Novo» — 10,5 % vol.;
c) Outros vinhos com direito à denominação «Dão» — 11 % vol.

Artigo 9.º

Rendimento por hectare

1 — O rendimento máximo por hectare das vinhas destinadas aos vinhos com direito à denominação de origem «Dão» é de:

- a) Vinhos tintos — 60 hl;
b) Vinhos rosados — 70 hl;
c) Vinhos brancos — 80 hl;
d) Espumantes naturais — 80 hl.

2 — No caso de a produção exceder o quantitativo fixado, não pode ser utilizada a denominação de origem para a totalidade da colheita, salvo em anos de produção excepcional em que o IVV, sob proposta da CVRD — FVD, estabelece o limite de produção com direito à utilização da denominação e o destino da produção excedentária.

Artigo 10.º

Características analíticas e organolépticas

A CVRD — FVD definirá, em regulamento interno, as características químicas e organolépticas específicas dos vinhos DOC Dão, assim como outros requisitos a que devem obedecer para terem direito às menções «Nobre» e «Novo».

Artigo 11.º

Estágios e outras exigências

1 — Os vinhos tintos e brancos com a denominação «Dão» associada à menção «Nobre» terão de possuir qualidade destacada e obedecer às seguintes exigências, sem prejuízo das constantes da regulamentação comunitária:

- Serem inscritos em registos específicos e indicarem na rotulagem o ano de colheita;
- Terem um estágio mínimo de 36 meses para os vinhos tintos e de 12 meses para os vinhos brancos;
- Serem acondicionados de acordo com normas constantes do regulamento interno;
- Poderem ainda ser comercializados com a utilização das menções tradicionais «Garrafeira» ou «Reserva», em associação com o ano de colheita, no caso de o título alcoométrico volúmico ser, no mínimo, de 12,5 % vol. para os vinhos tintos e de 12 % vol. para os vinhos brancos, devendo o estágio ser, no mínimo, o seguinte:

i) Garrafeira:

Vinhos tintos: 48 meses, dos quais 18 meses em garrafa;
Vinhos brancos: 18 meses, dos quais 9 meses em garrafa;

ii) Reserva:

Vinhos tintos: 42 meses;
Vinhos brancos: 12 meses.

2 — Os vinhos tintos da região, para serem comercializados com a denominação «Dão» associada aos elementos de precisão «Novo» e «Clarete», terão de obedecer aos seguintes requisitos, sem prejuízo de outros definidos pela CVRD — FVD:

- Serem inscritos em registos específicos e indicarem na rotulagem o ano de colheita;
- Serem acondicionados de acordo com as normas constantes do regulamento interno;
- Serem comercializados, no caso da utilização da especificação «Novo», apenas no período compreendido entre a abertura e, no máximo, o final de cada campanha, sendo obrigatória a indicação na rotulagem de que tal especificação deixa de ter validade após 31 de Agosto do ano seguinte à respectiva colheita;
- Terem estágio mínimo de seis meses no caso de utilização da especificação «Clarete».

3 — Nos vinhos tintos, rosados e brancos, em que a denominação de origem «Dão» não está associada às expressões «Nobre», «Novo» e «Clarete», é facultativa a indicação no rótulo do ano de colheita, devendo, todavia, obedecer às seguintes exigências, sem prejuízo de outras definidas no regulamento interno da CVRD — FVD:

- Terem estágio mínimo de 12 meses no caso dos vinhos tintos, não carecendo de estágio os vinhos rosados e brancos;
- Serem acondicionados de acordo com as normas constantes do regulamento interno da CVRD — FVD.

4 — Na rotulagem dos vinhos DOC Dão referidos no número anterior podem ser utilizadas as menções tradicionais «Garrafeira» e «Reserva», em associação com o ano de colheita, desde que constem de registos específicos, apresentem qualidade destacada, o título

alcoométrico volúmico total seja no mínimo de 11,5 % vol. e sejam comercializados após um estágio mínimo de:

a) Garrafeira:

Vinhos tintos: 36 meses, dos quais 12 meses em garrafa;
Vinhos brancos: 12 meses, dos quais 6 meses em garrafa;

b) Reserva:

Vinhos tintos: 24 meses;
Vinhos brancos: 6 meses.

CAPÍTULO II

Disposições específicas relativas aos espumantes naturais de denominação de origem controlada

Artigo 12.º

Espumantes naturais

1 — Os vinhos espumantes naturais brancos, rosados e tintos produzidos na região usufruem da denominação de origem controlada Dão, integrando-se na categoria dos vinhos espumantes de qualidade produzidos em regiões determinadas (VEQPRD) da nomenclatura comunitária, desde que:

- Tenha sido seguido na sua preparação o método clássico, de fermentação em garrafa;
- O vinho base utilizado satisfaça as exigências relativas aos vinhos com direito à denominação de origem «Dão» e a sua elaboração tenha sido feita pelos processos de bica-aberta ou maceração muito breve;
- Apresente um título alcoométrico volúmico mínimo de 11 % vol. antes da adição do licor de expedição;
- O estágio mínimo em garrafa seja de nove meses.

2 — Em tudo o mais, são de considerar os condicionalismos de âmbito geral constantes do Decreto-Lei n.º 12/85, de 14 de Janeiro, e legislação complementar, nomeadamente a Portaria n.º 337/85, de 3 de Junho, bem como as normas de aplicação definidas no regulamento interno da CVRD — FVD, desde que não colidam com os princípios gerais constantes da regulamentação comunitária, nomeadamente os Regulamentos (CEE) n.ºs 2332/92 e 2333/92, do Conselho, ambos de 13 de Julho, bem como o Regulamento (CEE) n.º 2707/86, da Comissão, de 28 de Agosto.

CAPÍTULO III

Da actividade comercial

Artigo 13.º

Inscrição

Sem prejuízo de outras exigências legais aplicáveis, todas as pessoas singulares ou colectivas que se dediquem à produção e comercialização dos vinhos abrangidos pelo presente Estatuto, excluída a distribuição e a venda a retalho, são obrigadas a fazer a sua inscrição, bem como a das respectivas instalações, na CVRD — FVD.

Artigo 14.º

Circulação e documentação de acompanhamento

Os vinhos a que se refere o presente Estatuto só podem ser postos em circulação e comercializados desde que nos respectivos recipientes, à saída das instalações de elaboração, figure a denominação do produto, sejam acompanhados da necessária documentação oficial onde conste a sua denominação de origem e sejam cumpridas as restantes exigências legais aplicáveis.

Artigo 15.º

Engarrafamento e rotulagem

1 — O engarrafamento ou acondicionamento para venda directa ao público e a complementar selagem dos recipientes dos vinhos com direito à denominação de origem «Dão» só podem efectuar-se após a aprovação, pela CVRD — FVD, dos produtos.

2 — Os rótulos a utilizar têm de respeitar as normas legais aplicáveis e as definidas pela CVRD — FVD, a quem serão previamente apresentados, para aprovação.



Anexo C

Intenção de Candidatura à Rota dos Vinhos do Dão

Identificação do Produtor	Nome:
	Morada:
	Freguesia:
	Concelho:
	Telefone:
	Coordenadas GPS:
	Website:

Inventariaçã o da Oferta Enoturística	Na sua opinião, a sua Quinta / Propriedade tem interesse turístico?
	<p>Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/></p>
	<p>Em caso afirmativo, refira quais os principais atractivos.</p> <p>_____</p> <p>—</p> <p>_____</p> <p>—</p>
	<p>Entre esses atractivos, quais gostaria de destacar?</p> <p>_____</p> <p>—</p>

	<hr/> <p>—</p> <p>Na sua opinião, reúne as condições mínimas para a recepção de enoturistas?</p> <hr/> <p>—</p> <p>Quando acolhe enoturistas, onde os recebe:</p> <p>Adega <input type="checkbox"/> Sala de Provas <input type="checkbox"/> Noutro Local <input type="checkbox"/></p> <p>Se indicou outro, refira qual. _____</p> <p>Na sua Quinta / Propriedade possui uma Loja de Vinhos?</p> <p>Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/></p> <p>Se já recebe/acolhe habitualmente enoturistas, qual o número e regularidade das suas visitas ao longo do ano?</p> <hr/> <p>—</p> <p>Que referências é que habitualmente dá aos enoturistas para chegarem à sua propriedade / instalação?</p> <hr/> <p>—</p> <p>Que meios de comunicação utiliza para promover o seu projecto de enoturismo?</p> <hr/> <p>—</p> <p>Quantos elementos da sua equipa de trabalho estão afectos à área do enoturismo? Refira o seu contacto.</p>
--	--

	<p>Considera a Rota do Vinho do Dão e, em geral o enoturismo, uma oportunidade para diversificar o seu negócio e aumentar as suas vendas de vinho?</p> <p>Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/></p>
--	---

<p>Intenção de Adesão à Rota do Vinho do Dão</p>	<p>Está, em princípio, interessado em aderir a esta iniciativa da Comissão Vitivinícola Regional do Dão para relançar a Rota do Vinho do Dão?</p> <p>Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/></p>
---	--

Data: _/_/_

Assinatura: _____